الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليـــم العالــــي
جــامعـــة تشـــــريـــن
كليـــــة الاقتصـــــاد
قســم الاقتصــاد و التخطيط



الاستثمارات السياحية العربية البينيّة واقعها الحالي وآفاقها المستقبليّة

بحث أعد لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد و التخطيط

إعداد الطالبة
بشرى عادل قاسم

إشراف
الدكتور سلمان عثمان
أستاذ مساعد في كلية الاقتصاد

اللاذقية ٢٠١٠ / ٢٠١١

SYRIAN ARAB REPUBLIC
Tishreen university
Faculty of Economics
Lattakia
P.O.BOX:

الجمهورية العربية السورية
جامعة تشرين
كلية الاقتصاد
اللاذقية – ص.ب :



Your Reference :
Date: / / Our Reference:

الرقم : ٥١٠٧/ص/د/م
التاريخ: ٢٩/١١/٢٠١١
الموضوع :

قرار لجنة الحكم لدرجة الماجستير

في تمام الساعة الواحدة ظهرا من يوم الخميس الموافق 2011/11/24 اجتمعت لجنة الحكم المشكلة بموجب قرار مجلس البحث العلمي رقم /81/ المتخذ بالجلسة رقم/3/ المنعقد بتاريخ/26/ذي القعدة/1432/ الموافق 2011/10/23م

والمؤلفة من السادة:

الدكتور حبيب محمود: الأستاذ في قسم الاقتصاد بكلية الاقتصاد في جامعة دمشق اختصاص /الاقتصاد السياسي / عضواً.

الدكتور سلمان عثمان: الأستاذ المساعد في قسم الاقتصاد والتخطيط بكلية الاقتصاد في جامعة تشرين اختصاص /علاقات اقتصادية دولية/ عضواً ومشرفاً.

الدكتور طرفة شريقي: المدرس في قسم الاقتصاد والتخطيط بكلية الاقتصاد في جامعة تشرين اختصاص /اقتصاديات الخدمات/ عضواً.

اجتمعت لجنة الحكم وناقشت أطروحة الماجستير التي تقدمت بها الطالبة: **بشرى قاسم وهي بعنوان: الاستثمارات السياحية العربية البينية واقعها الحالي وآفاقها المستقبلية**

و بعد الاستماع إلى دفاع الطالبة بشرى **قاسم** ومناقشتها أوصت اللجنة بما يلي:

1) منح الطالبة **بشرى قاسم** درجة وقدرها (٧٥٫٦٦) بتقدير (جيد جداً) في اختصاص علاقات دولية من قسم الاقتصاد والتخطيط.

2) رفع هذه التوصية إلى المجالس المختصة لمنحه الدرجة المذكورة ، واستصدار القرارات اللازمة لتمتعها بحقوق هذه الدرجة وامتيازاتها وفق الأصول النافذة.

اللاذقية / /1430/ هـ

الموافق الخميس 2011/11/24 م

الدكتور	الدكتور	الدكتور
حبيب محمود	سلمان العثمان	طرفة شريقي

الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي
جامعة تشرين
كلية الاقتصاد

لجنة حكم

لجنة الحكم على رسالة الماجستير للطالبة **بشرى قاسم بعنوان:**

((الاستثمارات السياحية العربية البينية واقعها الحالي وآفاقها المستقبلية))

المؤلفة بموجب قرار مجلس البحث العلمي رقم /**81**/ المتخذ بالجلسة رقم /**3**/ تاريخ 2011/10/23م المؤلفة من السادة :

الدكتور حبيب محمود: الأستاذ في قسم الاقتصاد بكلية الاقتصاد في جامعة دمشق اختصاص / الاقتصاد السياسي / عضواً.

الدكتور سلمان عثمان: الأستاذ المساعد في قسم الاقتصاد والتخطيط بكلية الاقتصاد في جامعة تشرين اختصاص / علاقات اقتصادية دولية / عضواً ومشرفاً.

الدكتور طرفة شريقي: المدرس في قسم الاقتصاد والتخطيط بكلية الاقتصاد في جامعة تشرين اختصاص / اقتصاديات خدمات / عضواً.

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 24 /2011/11م.

وأجيزت بدرجه قدرها (٧٥,٦٦) وتقدير (امتياز).

الدكتور	الدكتور	الدكتور
حبيب محمود	سلمان عثمان	طرفة شريقي

شهادة

نشهد بأن العمل الموصوف في هذه الدراسة هو نتيجة بحث قامت به الطالبة **بشرى قاسم** بإشراف **سلمان عثمان**- وأي رجوع إلى بحث آخر في هذا الموضوع موثق في النص.

المرشحة
بشرى قاسم

المشرف
د. سلمان عثمان

تصريح

أصرح بأن هذا البحث:
((الاستثمارات السياحية العربية البينية واقعها الحالي وآفاقها المستقبلية))

لم يسبق أن قبل للحصول على أية شهادة ولا هو مقدم حالياً للحصول على شهادة أخرى.

المرشحة
بشرى قاسم



جامعة تشرين

كلية الآداب والعلوم الإنسانية

قسم اللغة العربية

السيد الدكتور عميد كلية

بجامعة تشرين

عملا بقرار مجلس قسم اللغة العربية رقم /٢٥٧ /تاريخ ٢٥ / ٩ /٢٠١١ المتضمن

مدققا لغويا لرسالة الماجستير لمؤلفها الطالبة بشرى آغا

وهي بعنوان (الاستثمارات السياحية العربية البينية - واقعها الحالي وآفاقها المستقبلية)

وتم تصويب الرسالة وتدقيقها بعد المناقشة النهائية ، كما تم الالتزام بملاحظات المدقق اللغوي أصولا

وتفضلوا بقبول الاحترام

اسم المدقق وتوقيعه د. [illegible]

عميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية

الدكتور صديق غريب

رئيس قسم اللغة العربية

الدكتور عدنان أحمد



بسم الله الرحمن الرحيم

تحية تقدير:

إنّ الأيام الصعبة التي مرت على سورية أكّدت للجميع كم هو الوطن الحبيب بحاجة للأيادي

البيضاء و ، و العقول النيّرة ، و نفوس تعمل بجدّ أمثالكم :

السادة الدكاترة في قسم الاقتصاد ، جامعة تشرين ، و أخص بالذكر،

الدكتور سلمان عثمان مشكوراً، لأنه أعطاني من وقته ، و اهتمامه ببحثي الكثير .

الدكتور طرفة شريقي مشكوراً الذي لم يبخل عليّ بمعلومة ، أو استفسار.

إلى كل السادة الدكاترة الذين ساهموا في بحثي بحرف ،أو بفكرة ، أو مرجع .

جزيل الشكر و التقدير والاحترام للجميع

الفهرس

فهرس الجداول

فهرس الأشكال و المخططات البيانية

فصل تمهيدي :الإطار المنهجي والمرجعي للدراسة

مقدمة

مشكلة البحث

فرضيات البحث

مجتمع البحث

حدود البحث

أهمية البحث

أهداف البحث

منهج البحث

الدراسات السابقة

مقدمة :

ما من صناعة استطاعت أن تحتل حيزا من الأهمية وتثبت أقدامها مثل السياحة ،لأنها ظاهرة تسابق الزمن. كما أن السياحة تلعب دوراً بارزاً في دعم اقتصاديـــات العـــديـــد من الدول وتنشيطها ، لكونهـــا أداة فعالة ومؤثرة في قيام صناعات عديدة وتنميتهـــا،ومصدراً هاماً للقطع الأجنبي ، الذي يساهم في تمويل المشروعات الاقتصاديـــة. بالإضافة إلى كون السياحة تعد من أهم أسباب التطور الاجتماعي ، حيث تتيـــح التعرف والتواصـــل مع أفكار وثقافات الحضارات الأخرى نظراً إلى المكانة الاقتصادية الكبرى التي أصبح يحتلها القطاع السياحي على المستوى العالمي، ودوره في زيادة المداخيل الاقتصادية ورفع الناتج المحلي وتوفير الفرص الوظيفية. و ما تتمتع به الدول العربية من مقومات سياحية تشتمل على مختلف المقومات الطبيعية والبيئية والتراثية والثقافية ما يجعل منها منطقة متميزة طبيعياً وحضارياً يتوقع لها نمواً يستهدف تحقيق تنمية سياحية كبيرة للاستفادة من إيجابيات هذا القطاع بشكل يتواءم مع الخصائص والقيم التي تقوم عليها .إلا أن نصيب البلاد العربية من مجمل السياحة العالمية ضئيل جدا مقارنة مع إمكاناتها الضخمة وكنوزها العظيمة، وانّ التوجه إلى زيادة هذه النسبة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمل على زيادة نسبة السياحة البينية العربية إلى السياحة البعيدة الوافدة من مناطق خارج الوطن العربي، وذلك لأسباب ومسوّغات عديدة من بينها، إن السياحة البعيدة سريعة التأثر بالأحداث والمتغيرات والإشاعات التي تروجها في معظم الأحوال وسائل الإعلام الأجنبية المغرضة التي تضخم من الحدث البسيط بقصد التأثير السلبي الشديد على حجم السياحة الأجنبية الوافدة، في حين إن المواطن والسائح العربي لا يتأثران بتلك الأحداث والإشاعات بل على العكس من ذلك ما حدث ويحدث تماما. إن السياحة البينية العربية أكثر إيراداً للدخل السياحي، فالسائح العربيَ أطول إقامةً وأكثر إنفاقاً، يضاف إلى ذلك الآثار الإيجابية للسياحة البينية العربية في زيادة أواصر الأخوة والتواصل الثقافي والاجتماعي وزيادة التعاون التجاري والصناعي بين أبناء هذا الوطن الواحد مما يزيد من تلاحم الشعب العربي إزاء قضاياه القومية.

وانطلاقاً من موقع السياحة ودورها في تكـــوين وزيادة الناتـــج الإجمالي المحلي والعربيّ كان لابد من دراسة أسباب الخـــلل والتأخير في تطوير هذه الصناعة عربياً ومواكبتها لركب السياحـــة العالميـــة من خـــلال قراءة الواقـــع السياحي في الوطن العربيّ واستـــعراض الإمكانات السياحيـــة المتاحة بين عوامـــل الجـــذب وعوامل الإعاقة والنبذ السياحي الغربي

للسائحين العرب بعد أحداث ٢٠٠١/٩/١١ومشكلات الإرهـــاب والعدوان الإسرائيلي على لبنان والضغوط على الودائع العربية في البنوك الأجنبية.

كما ستقوم الباحثة باستعراض الخارطة السياحية العربية والتعرف على الدول الأكثر ترويجا واستثمارا لأماكنها السياحية مثل مصر البلد العربي الأول في السياحة، و الأردن من أكثر البلدان العربية الغنّية بالثروات السياحية الطبيعية، وعدد السائحين، وحجـــم العائدات السياحية القومية، ودراسة واقع السياحة (العربية – العربية) وفي النهاية سوف تختبر الباحثة فروض البحث في الجمهورية العربية السورية كحالة لواقع السياحـــة العربية من خلال دراسة معوقات الاستثمارات السياحية، ووضع مقترحات لتجاوز المعوقات و تحسين الاستثمارات، مـــن خلال دراسة عينة من الاستثمارات السياحية القائمة في سورية ، واستقراء مستقبل الاستثمارات السياحية السورية من خلال المعالم السياحية الرئيسة المتاحـــة و الموارد البشرية وتطويرها، وتنميتها بما يخدم الخطة السياحية ، وفي إعداد البنية التحتية السياحية ، من حيث تحسين الطرق ، ووضع الشاخصات على الطرقات ، و تشييد الفنادق الدولية و المطاعم في كل الأماكـــن السياحية ومحطـــات الاستراحـــة التي يقصدها المسافرون ، واستثمار المتاحف الغنية بالمـــوروث الثقافي والتاريخي بما يخـــدم السياحة السوريـــة والعربية ، وبنـــاء المنتجعـــات ووسائل الترفيه والراحـــة والمستشـــفيات والطوارئ والمصحـــات الطبيعية ومناطق التسوق والمصارف الحديثة وكوات التحويل، ومن ثم سيتم دراسة دور الاستثمارات السياحية السورية في مستقبل العلاقات السياحية العربيـــة البينية من خلال الاتفاقيت السياحية والملتقيات الاستثمارية السياحية، والصفقات التجارية والمشاريع السياحية، خلال السنوات العشر من بعد عام ٢٠٠٠. واعتماداً على هذه القراءات سيتم تحلـــيل المعطيات لإيجاد حلول ومقترحات لهذه المشكلة ، وتقديم التوصيات والتأكيد على ضرورة الاهتمام بواقع السياحة ومستقبلها لأهميته ، بما يحقـــق الفائدة المرجوة من هذا البحث.

مشكلة البحث:

على الرغم من امتلاك دول الوطن العربي بشكل عام ،وسورية بشكل خاص إمكانات سياحية كبيرة (طبيعية ، دينية ، ديموغرافية ،....) ومقومات مشجعة للاستثمار، إلا أنّ هناك تقصيراً (حتى الآن) في إيلاء قطاع السياحة العربية الاهتمام المطلوب ليصبح قطاعاً مؤثراً وفاعلاً في مجمل عمليات التنمية الشاملة ، و إنّ حجم الاستثمار في قطاع السياحة مازال ضعيفاً،رغم المحاولات و الجهود المبذولة في بعض الدول العربية ، و كذلك سورية. وإنّ توافر البنى التحتية و المقومات البشرية و الطبيعية وحدها غير كافٍ لاستقطاب الاستثمارات

السياحية وتشجيعها في الدول العربية، ما لم يصاحب ذلك رغبة وإرادة جادة في تسهيل وجذب الاستثمارات، ووضع الخطط المنظمة لها من قبل القائمين على السياحة فيها،و كذلك وقوع الاستثمارات السياحية تحت تأثير أهواء و مواقف الحكام العرب الذين باتوا يشجعون أو يعرقلون المشاريع السياحية ، و حتى كافة الاستثمارات العربية وفقاً لآراء و مخططات أسيادهم وأولياء أمرهم ا الساسة الغرب محاور الشر و الضلال العالمي .

فرضيات البحث:

انطلاقاً من أهمية البحث واعتماداً على الدراسات السابقة، فقد وضعت الباحثة الفرضيات التالية لدراسة المعوقات و المشاكل التي تعاني منها الاستثمارات السياحية في الوطن العربيّ (حيث اعتبرت أن سورية تمثل نموذجاً أو حالة عن بلدان الوطن العربي).

١- لا تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا

٢- لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لمعوقات الاستثمار في سوريا على اتخاذ قرار الاستثمار السياحي

٣- لا يوجد تأثير للاستثمار السياحي العربي في سوريا على البلد المستضيف لها.

مجتمع البحث:

يتحدّد مجتمع البحث في هذه الدراسة بأصحاب المنشآت الاستثمارية السياحية العربية في سوريا(المستثمرين) من أغلب البلدان العربية المستثمرة، وهيئة الاستثمار ووزارة السياحة .

حدود البحث :

الحد الزمني:الدراسة الميدانية نفذت من بعد عام ٢٠٠٠، و اعتمدت الباحثة إحصائيات حديثة إلى حدٍّ ما في معظم البحث.{٢٠٠٠-٢٠١٠}.

الحد المكاني : الدراسة ميدانية حيث تم توزيع استبيانات تتضمن أسئلة حول المتغيرات، على عينة من أصحاب المنشآت السياحية و العاملة في محافظات القطر التي تعتبر رئيسة في مجال السياحة (مثل دمشق ،اللاذقية ،طرطوس ،حلب)،وعينة من المستثمرين العرب و السوريين ، و مؤسسات تابعة لوزارة السياحة

أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يدرسه ، أي" الاستثمارات السياحية" ، لما للسياحة والاستثمارات السياحية من دور كبير في الناتج المحلي الإجمالي .على اعتبار أن السياحة أصبحت صناعة متطورة ، وناجحة في معظم البلدان على المستوى المحلي، و الإقليمي و العالمي ومورداً هاماً من موارد الدخل . بل إن السياحة أصبحت اقتصاداً قائماً بحد ذاته قادراً على دعم اقتصاديات الدول السياحية ، بالإضافة إلى دور الاستثمارات السياحية العربية في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي في ظل التكتلات الاقتصادية العالمية التي تغزو العالم، في الوقت الذي لا يزال فيه وطننا العربي بعيدا كل البعد عن إنجاح التكتلات الاقتصادية العربية (التكامل الاقتصادي العربي) أو التعاون المشترك ، بالرغم من أنّ وطننا العربي تتوفر فيه كل مقومات اللازمة لقيام و نجاح التكتلات الاقتصادية المشتركة القادرة على الصمود ، و المنافسة ،و الاستمرارية ، و غزو الأسواق العالمية . كما أن الاستثمارات السياحية العربية تلعب دوراً في التواصل و تدعيم العلاقات العربية البينية ، فالمستقبل للسياحة البين إقليمية أكثر منها للبعيدة، لذا كان لابد من دعم السياحة و الاستثمارات البينية العربية.

و قد جاء هذا البحث ليجيب عن مجموعة التساؤلات الخاصة بواقع السياحة العربية البينية و الاستثمارات السياحية العربية البينية من **عام ٢٠٠٠ و لغاية ٢٠١٠ ، وماهي آفاقها المستقبلية المتوقعة حتى العام ٢٠٢٠**؟ ويكتسب هذا البحث أهميته في ظل الظروف الاقتصادية العالمية، التي أصبحت فيه الغلبة للتكتلات الاقتصادية في إنتاج وتسويق السلع والخدمات .

أهداف البحث

انطلاقاً من أهمية البحث يهدف البحث إلى :

١- دراسة و تحليل واقع الاستثمار في القطاع السياحي في الوطن العربي ، لما لهذا القطاع من أهمية كبيرة في زيادة الدخل القومي.

٢-كشف المعوقات و مواطن الضعف التي تقف في طريق الاستثمارات السياحية العربية البينية وتحليلها.

٣-تحليل تطور الاستثمار السياحي في سورية خلال عقد من الزمن، واستقراء اتجاهات التطور السياحي من خلال مقارنة النتائج.

٤-تحليل النتائج وتفسيرها من أجل تحديد مدى أهمية الاستثمار السياحي و مساهمته في التنمية الاقتصادية، و تقديم بعض المقترحات التي تفيد في تحسين واقع الاستثمار السياحي العربي البيني في الوطن العربي بشكل عام ، وفي سورية بشكل خاص.

منهج البحث :

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي ،و المنهج الإحصائي في جمع و تبويب و تحليل البيانات ، حيث سيتم دراسة حجم الاستثمارات السياحية العربية ، و تحليل الواقع الحالي للاستثمارات السياحية العربية في سورية ، بشكل يساعد في استشراف مستقبل هذا القطاع الاقتصادي المهم ، و دراسة الأنشطة السياحية في سورية وتطبيق نتائجها على مجتمع السياحة السورية ، بالإضافة إلى المنهج التاريخي ، و منهج المقارنة .

الدراسات السابقة

١- بحث بعنوان " *دراسة توطن صناعة السياحة في سوريا* ".[١] للباحث زياد الخليل ١٩٩٧ قام الباحث فيه بدراسة العرض السياحي في سوريا، وتوزع المــوارد السياحية طبيعـــياً وثقافياً ودينياً ، دراسة مقومات صناعة السياحة في سوريا عن طريق صناعة الفنادق والمطاعم والملاهي ودور اللهو والنقل والمواصلات ،ومن ثم دراسة الطلب السياحـــي من حيث عـــدد السياح وتوزع الليالـــي السياحية والعائـــدات السياحية ،ومن ثم دراسة التوازن بين الطلب السياحي والعرض السياحي ومن ثم دراسة الطلب السياحي المتوقع والعرض السياحي المقابل له ما بين ١٩٩٧- ٢٠٠٨وهذا سيكون مدخلاً لهذا البحث وانطلاقا منه سيتم عرض المستجدات بالعرض السياحي في سوريا والتطور الذي حصل خلال الفترة التالية .

٢- بحث بعنوان "*الجدوى الاقتصادية لإقامة مشروع سياحي (فــندق خمس نجـــوم في مدينة اللاذقية)*" ٢٠٠٠ للباحث وائل منصور .يتضمن دراسة الجدوى الاقتصادية لمشروع سياحي في اللاذقية ، ودراسة الربحية التجارية و القومية و الاجتماعيـــة للمشروع . حيث ستكون المشاريع السياحية في اللاذقية نموذجا للمشاريع الاستثمارية السياحية التي تقام في سورية.[٢]

---

[١] - الخليل ، زياد، ١٩٩٧- توطن صناعة السياحة في سورية، رسالة ماجستير، جامعة تشرين،اللاذقية،سورية .

[٢] منصور،وائل ،٢٠٠٠، الجدوى الاقتصادية لإقامة مشروع سياحي (فــندق خمس نجـــوم في مدينة اللاذقية)،رسالة ماجستير،جامعة تشرين، اللاذقية ، سورية

٣- بحث بعنوان : " *تحليل المدخلات والمخرجات في الصناعة السياحية – التطبيق الإحصائي في سوريا* "[٣] للباحث أكرم قولتنجي ١٩٩٦ .

قام الباحث بدراسة الصناعة السياحية من خلال دراسة مدخلات ومخرجات الصناعة السياحية ،وأثر النشاط السياحي على الاقتصاد الوطني، وتدفق رؤوس الأموال إلى الاقتصاد الوطني سيتم الاعتماد على دراسة الباحث للسياحة وأثرها في الاقتصاد الوطني ،كركيزة من ركائز البحث للتأكيد على ضرورة تطوير وتفعيل صناعة السياحة وسبل تطويرها، وكيفية استقطاب رؤوس الأموال العربية في الاستثمارات العربية لدعم الاقتصاد الوطني.

٤- دراسة باللغة الانكليزية:

SooCheong (Shawn) Jang, Ming-Hsiang Chen (٢٠٠٨): *Financial portfolio approach to optimal tourist market mixes, Tourism Management* Vol ٢٩ Issue ٤, PP. ٧٦١–٧٧٠, http://www.sciencedirect.com /science?_ob=MImg&_imagekey=B٦V٩R-٤PYRK٦J-١-٧&_cdi=٥٩٠٥&_user=٥٠٤٣٤٩٨/sdarticle.pdf

تستخدم الدراسة نظرية الحافظة المالية لتحديد مزيج السوق الأفضل الذي يؤدي إلى التقليل من عدم الاستقرار في الطلب السياحي.

٥- بحث بعنوان "*كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية ، و مردودها على صناعة السياحة* " للباحث يوسف محمد ورداني،٢٠٠٨ ، يتضمن واقع السياحة في مصر و عوامل الجذب السياحية و سيكون مرجعاً لواقع السياحة في مصر ضمن هذا البحث .[٤]

٦- بحث بعنوان "*الاستثمارات العربية البينية ومساهمتها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي*"[٥] للباحث حمزة البوسعادي،٢٠٠٥، يتضمن ملامح مناخ الاستثمار في الدول العربية، و أهم تطورات مناخ الاستثمار، و معوقات الاستثمار في الدول العربية.حيث سيكون هذا البحث محوراً هاماً من محاور الدراسة في البحث المدروس الآن.

---

[٣] - قولتنجي ، أكرم ، ١٩٩٦ ،تحليل المدخلات و المخرجات في الصناعة السياحية ،رسالة ماجستير ، جامعة حلب ، سورية.

[٤] -ورداني،يوسف،محمد،٢٠٠٨،كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية و مردودها على صناعة السياحة،رسالة ماجستير،مصر.

[٥] -البوسعادي،حمزة،٢٠٠٥، الاستثمارات العربية البينية ومساهمتها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي ،رسالة ماجستير،جامعة الجزائر،الجزائر.

الفصل الأول

الاستثمارات السياحية و أهميتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي

المبحث الأول: أهمية السياحة (العالمية والعربية و المحلية)

المبحث الثاني: البيئة المختصة وأثرها على الوضع السياحي

- الاقتصادية
- السياسية
- الثقافية و الاجتماعية

المبحث الثالث : مشكلة المعلومة السياحية و دور الإعلام في التسويق السياحي

المبحث الرابع : واقع الاستثمارات السياحية العربية البينية ودورها في العلاقات بين الدول العربية

الفصل الأول : الاستثمارات السياحية وأهميتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي

المبحث الأول : أهمية السياحة (العالمية والعربية والمحلية)

١,١,١) تعريف السياحة :

لا تقف السياحة أو صناعة السياحة عند تعريف واحد بحد ذاته ، لأن لها أنواعاً مختلفة من التعاريف على اختلاف أنواع السياحة ، و تعريف كل نوع يعتمد على الغرض الذي تقوم من أجله ،و لكن تتفق جميع أنواع السياحة في العناصر السياحية الرئيسة الثلاثة الآتية ، و التي تكوّن مفهوم السياحة لدى أي شعب من الشعوب ،و هي :السائح، و الدولة المستقبلة ، و المعالم السياحية .

و قد ركزت التعاريف المبكرة للسياحة على البعد المكاني . وهناك تعريف حسب مفوضية السياحة الوطنية الأمريكية "إن السياحة هي نشاط ينتقل من خلاله الفرد مسافة لا تقل عن ٥٠ميلا*، باستثناء النشاط الذي ينطوي على ذهاب الفرد إلى عمله. ثم زيدت المسافة إلى ١٠٠ميل "[٦] أي أن "السياحة هي ظاهرة تعني عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة ، فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم (سياحة داخلية محلية) أو إلى بلدان أخرى (سياحة خارجية دولية) ولا شك أن المدة تختلف من سائح لآخر، حسب وقت الإجازة ، و الأسعار ، و الإمكانات المادية ، و قوة المغريات ....الخ."[٧]

يمكن تعريف السياحة بأنها : "نشاط السفر بهدف الترفيه ، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط".

السياحة "هي ظاهرة انتقال الأفراد بطريقة مشروعة إلى أماكن غير موطن إقامتهم الأصلي لفترة لا تقل عن أربع و عشرين ساعة ، و لا تزيد عن سنة، لأي قصد كان عدا الحصول على عمل، و ما يترتب على ذلك من آثار اقتصادية ،و اجتماعية ،و ثقافية ، و حضارية و إعلامية و غيرها." [٨]

---

* الميل : وحدة لقياس المسافات مثل الكيلو متر الذي يعادل ٤٠% من الميل .

[٦] ـ الطائي ، حميد ، ٢٠٠١ ـ أصول صناعة السياحة : مؤسسة الوراق للنشر . الأردن ، عمان ص٢٠.

[٧] ـ الظاهر ، نعيم ـ إلياس ، سراب ، ٢٠٠١ ـ مبادئ السياحة ،دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، الأردن ، ص ٢٦

[٨] ـالحوري،مثنى،الدباغ،اسماعيل، ٢٠٠١ ،مبادئ اقتصاديات السفر و السياحة ،ط١،مؤسسة الوراق للنشر،الأردن،ص٤٩.

السياحة هي " مجموعة العلاقات و الخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً مؤقتاً و ليس لأسباب تجارية أو حرفية "[٩]على الرغم من وجود سياحة الأعمال ، و هي سياحة رائجة.

أما الباحثة فتعرف السياحة على أنها " نشاط إنساني يهدف إلى إشباع رغبة أو تحقيق غاية أو خوض تجربة معينة في مقصد ما ، يتمتع بخصائص و مزايا تلبي حاجات و رغبات الفرد السائح " .

٢,١,١) مفهوم الاستثمار :

الاستثمار هو :" التعامل بالأموال أو استخدامها من أجل الحصول على الأرباح، و من خلال التخلي عن الأموال الآن و تحمل المخاطر، لغرض الحصول على عوائد في المستقبل" .[١٠]

٣,١,١) الاستثمار السياحي :

هو التدفقات المالية التي توظف في المشاريع الاستثمارية السياحية [١١]..أما الاستثمارات السياحية العربية البينية فهي :التدفقات المالية التي يكون مصدرها مواطنون عرب طبيعيون أو مؤسسات عربية معنوية – من خارج الدول العربية المضيفة – و التي توظف في مشاريع استثمارية عربية خاصة أو عامة أو مختلطة ، تدار على أسس تجارية [١٢].

٤,١,١) أهمية السياحة:

تنبع أهمية السياحة من المنافع التي تحققها للبلدان ، و من أهمها :

-تعتبر صناعة السياحة أحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية سواءً في الدول المتقدمة أم النامية ، لما لها من تأثير قوي و مباشر على اقتصاديات العديد من البلدان سواء على مستوى تشغيل الأيدي العاملة أو التنمية الاقتصادية . حيث أجمع الاقتصاديون على : " أن السياحة تشكل بالنسبة للبلدان الفقيرة ذات المعالم السياحية المحرك الحقيقي للتنمية ، تماماً كما كانت الصناعة الثقيلة محرك التنمية في أوروبا " [١٣]. فالصناعة السياحية تحتل حاليا

---

٩ -الحمدان،سهيل،الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحيةو الفندقية،دار الرضا ،دمشق،ص٥٧، ٢٠٠١.

١٠ -سهام بجاوية،الاستثمارات العربية البينية و دورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي،الجزائر ، رسالة ماجستير.ص٤٥,٢٠٠٥

١١ -عبد الحميد ، البوخاري،الاستثمارات العربية البينية الواقع والآفاق،مجلة الباحث،العدد٧_٢٠١٠ص ٢.

١٢ - A BOLBOL.Ali "Arab Trade and Free Trade: a Preliminary Analysis" Cambridge University Press, ٧٤٣٨/٩٩, Middle East Study No ٣١,١٩٩٩ p ٣-١٧.

١٣ - الطائي ، حميد،أصول صناعة السياحة ص ٧٠، مرجع سبق ذكره .

المرتبة الأولى في العالم إذ تمثل ٨.٥% من الاقتصاد العالمي كما أن نحو ١١% من سكان العالم يعملون في القطاع السياحي في عام حسب إحصائيات منظمة السياحة لعام٢٠١٠[١٤].

- إن صناعة السياحة قد يكون لها الأولوية في توجيه الدول، لأن هذا القطاع هو أكبر مورد للعملات الصعبة في بعض البلدان العربية، و الأجنبية التي تعتمد على السياحة كعنصر أساسي في ميزان مدفوعاتها ، لما له من مكاسب جيدة للاقتصاد الوطني،و أنه أحد الروافد القوية له ،ولا بد أن نعترف بأن النشاط السياحي مسؤولية قومية تتطلب تعاون كل الجهات الرسمية و الشعبية للارتقاء بها إلى مستوى العالم .

- كذلك فإن الصناعة السياحية تساهم بتأمين فرص العمل، وبالتالي تملك إمكانية تشغيل يد عاملة أكثر من الصناعات الإنتاجية الأخرى .

- لذا فإن السياحة قد اكتسبت أهمية اقتصادية عالمية كبيرة و أصبحت من أكبر البنود في التجارة الدولية و المصدر الرئيس للعملات الصعبة للكثير من الدول السياحية .

- إن للسياحة أهمية كبيرة لا تقتصر على الجوانب الاقتصادية بل تمتد لأبعد من ذلك ، فهناك جوانب ثقافية وحضارية ودينية تساهم في تعزيزها وترسيخها، حيث تعد السياحة وسيلة من وسائل تبادل الثقافات بين الشعوب.

- ولا يمكن تجاهل الجوانب البيئية للسياحة، حيث إنه برغم الاتهامات الموجهة للسياحة كأداة تخريب للبيئة،إلا أن من الإنصاف القول إنه لولا السياحة في البلدان النامية خصوصاً، لما كان من الممكن بناء المجتمعات السياحية الراقية، وحماية الغابات والبحيرات ومناطق الجذب الطبيعية ، والسياحة ساعدت دول العالم النامي في التقرب من حضارات الشعوب الأخرى ، والانتفاع من خيرات الدول المتقدمة في بناء الفنادق والجسور وشق الطرق والأنهر وتحويل مساراتها بشكل يخدم الطبيعة التي كانت مهملة.

- والسياحة أصبحت وسيلة لإزالة المعوقات الخاصة باللغة والعرق و الجنس والطبقات الاجتماعية، كما أن السياحة ساهمت في الحفاظ على آثار الأمم والشعوب من خلال الحماية والتجديد.

---

[١٤] جزا،طالب،مقال منشور على الانترنت بعنوان الاستثمارا لسياحي،٢٠١٠
HTTP://WWW.KINVEST.ORG/ARABIC/TOU-A.HTM.

- وإلى جانب كل هذا ،فإنّ السياحة صناعة داعمة للصناعات التقليدية ومكملة لها، وهذا الجانب الاقتصادي تنبثق عنه جوانب اجتماعية وثقافية وعلمية وتكنولوجية كثيرة جداً، فمن خلال السياحة وعمليات تطويرها تتلاقى الشعوب في الثقافات وتنتعش النفوس الباحثة عن التجديد والتغيير، بعيداً عن الروتين .

وإن رقي الحضارات يزداد من خلال التبادل الاجتماعي و الثقافي ليس داخل البلد الواحد باختلاف أقلياته، و إنما من خلال انتقال الناس عبر الحدود في إطار عالم واحد تتزاوج فيه الثقافات وتتنامى خدمة للبشرية برمتها.

فالسياحة إذا كانت مبنية على أسس راسخة ،ولها سياسات و استراتيجيات تضع السائح في مقدمة اهتماماتها، تكون سياحة مفيدة راقية تستطيع أن تضع المدخلات الراقية لتحصل على مخرجات راقية، فالمدخلات هي البنى التحتية والبيئة المادية والناس القائمون على تقديم الخدمة من حيث الكفاءة و المهارة و أخلاقيات المهنة التي تلتزم بها هذه الصناعة ،أما المخرجات فهي المسافرون و السياح الراضون عن الخدمات و الموالون لمؤسسة الضيافة التي تحقق لهم إنجازات تفوق توقعاتهم .

٥,١,١) أهمية السياحة وفق الإحصاءات الحديثة:

رغم المشاكل التي تواجهها صناعة السياحة والسفر، أكدت منظمة السياحة العالمية أن السياحة في العالم تواصل النمو، والدليل علي ذلك زيادة عدد السياح خلال العام ٢٠١٠ بمعدل ٤% ، حيث تشير إحصائيات منظمة السياحة و السفر العالمية إلى أن صناعة السياحة العالمية استعادت قوة الدفع في عام ٢٠١٠، و عادت للنمو بقوة أكبرمن التوقعات ، بعد الأزمة المالية العالمية التي ضربت العالم عامي ٢٠٠٨,٢٠٠٩، بل أن معدل النمو تجاوز معدل أوقات الذروة، و جعل عدد السياح الذين زاروا العالم عام ٢٠١٠ يصل إلى ٩٣٥ مليون سائح ، أي بزيادة٦.٧ عن عام ٢٠٠٩ . :[١٥]

[١٥]- منظمة السياحة و السفر العالمية، ٢٠١٠،التقرير السنوي . .

جدول رقم (١) يبين أعداد السياح عالمياً خلال الفترة من٢٠٠٨حتى٢٠١٠ حسب منظمة السياحة العالمية

العام	عدد السياح
٢٠٠٨	٩٢٠مليون
٢٠٠٩	٨٨٠مليون
٢٠١٠	٩٣٥مليون

المصدر : تقارير منظمة السياحة و السفر العالمية للأعوام ٢٠٠٩-٢٠١٠ .

حيث كان عام ٢٠٠٨ هو عام الذروة ،إذ بلغ عدد السياح ٩٢٠ مليون سائح،قبل أن تندلع الأزمة العالمية لينخفض عدد السياح إلى ٨٨٠ مليون سائح .أما بالنسبة للعائدات السياحية فلا شك أنها تأثرت بالأزمة العالمية ، فقد أكدت المنظمة أن العائدات خلال العام ٢٠٠٩ من السياحة العالمية ،بلغت٨٥٢ مليار دولار أمريكي بالمقارنة مع٩٤٢ مليار دولار عام٢٠٠٨، وهذا يعني انخفاض عائدات السياحة العالمية بنسبة٦.%. ولفتت المنظمة الانتباه إلي أن نسبة انخفاض العائدات زادت علي نسبة الانخفاض في عدد السياح في العالم ،و أوضحت المنظمة أن العلاقة القريبة بين المؤشرين(الانخفاض في العائدات والانخفاض في أعداد السياح) يشير إلي أنه في وقت الأزمة تتأثر العائدات بنسبة أكبر من تأثر أعداد السياح.) ، و الجدول التالي يظهر حجم العائدات السياحية خلال الفترة المدروسة:

جدول رقم (٢) يبين حجم العوائد السياحية في الفترة ما بين ٢٠٠٨-٢٠١٠ حسب منظمة السفر العالمية:

العام	حجم العوائد السياحية
٢٠٠٨	٩٤٢مليار دولار أمريكي
٢٠٠٩	٨٥٢مليار دولار أمريكي
٢٠١٠	٥٠٠مليار دولار أمريكي

المصدر : التقارير السنوية لمنظمة السياحة و السفر العالمية لعامي٢٠٠٩-٢٠١٠

و يشير التقرير الصادر عن منظمة السياحة و السفر العالمية : إلى أن صناعة السياحة والسفر هي واحدة من القطاعات الأكثر نمواً، و الأكثر نجاحاً في جذب أعداد كبيرة من العملاء ، و استطاعت أن توفر ٢١٩ مليون فرصة عمل في عام ٢٠٠٩، (أي بنسبة ٦.٧ في المئة من سوق العمل الدولية)، و٢٥٠ مليون فرصة عمل في عام ٢٠١٠.[١٦] (وهذا الرقم حوالي ١٠% من مجموع القوة العاملة الدولية) موزعين على دول العالم المختلفة . وبذلك غدت السياحة هي الصناعة الأولى في العالم حتى في كبرى الدول الصناعية كبريطانيا و اليابان ، وتتوقع الدراسات التي أجرتها منظمة السفر و السياحة العالمية أن يصل عدد السياح في العالم إلى ١,٦مليار شخص بحلول عام ٢٠٢٠ ينفقون أكثر من ترليوني دولار و بواقع خمسة مليارات يومياً .

[١٦] -منظمة السياحة و السفر الدولية، ٢٠١٠.

المبحث الثاني : البيئة المحيطة وأثرها على الوضع السياحي .

بما أن السياحة تطورت على المستوى الجماهيري في العقود الأخيرة ، وزاد حجم السياح . فإن ظروف السياحة وواقعها يظهر تأثر وتأثيرات اجتماعية و اقتصادية و سياسية. علماً أن الآثار الاجتماعية والثقافية لا تقل أهميّة عن الآثار الاقتصادية ،على الرغم من الترابط بينهما ، حيث ترتبط العديد من الآثار الاجتماعية بنتائج السياحة الاقتصادية .

١,٢,١) البيئة الاقتصادية :

تختلف طبيعة السياح باختلاف جنسياتهم ، و المنطقة التي جاؤوا منها، و الفترة الزمنية التي يرغبون بقضائها. هذه كلها عوامل تؤثر على النشاط الاقتصادي للبلد المضيف ، من حيث درجة إنفاقهم .

غالباً ما ينظر إلى النشاط السياحي كعامل محفز للاقتصاد ، فأي صناعة تستوعب القوة العاملة ،و تمنحها فرص العمل الملائمة، وتولد الأموال وتطور المناطق ،تعتبر عاملاً محفزاً. والسياحة بشكل خاص تساهم في تطوير البنى التحتية ،وهذه بدورها تساعد في نشاطات اقتصادية أخرى ، ولكن في بعض الحالات فإن التطوير قد يعرقل النشاط الاقتصادي الجديد . فالسياحة في الغالب تتطور في مناطق الجذب السياحي الطبيعي وحتى عندما تكون هذه المناطق ذات أسواق متنامية، فإنه من الصعب على بعض النشاطات الاقتصادية مجاراة أو منافسة صناعة السياحةو ولهذا يرى البعض أن السياحة وإن كانت عاملاً اقتصادياً محفزاً للكثير من الصناعات إلا أنها قد تقف عائقاً أمام تطور نشاطات أخرى [١٧] مثل (تجارة البناء في المناطق الجبلية و الزراعية ، استثمار الشواطئ ،التي تتعارض مع الحفاظ على البيئة لتبقى كما هي طبيعة ساحرة خام .)

ولكن تستطيع القول إنه نتيجة للعلاقات المتداخلة بين عوامل الإنتاج تتشكل منظومة اقتصادية سياحية تؤثر و تتأثر بها ، فعملية إدارة منتجع ما تتطلب وجود سلع و خدمات من مناشئ مختلفة لخدمة ضيوف المنتجع ، فالمنتجع لا يعمل من فراغ ، و إنما يحتاج إلى دعم عوامل الإنتاج المختلفة من قوى عاملة و أراض و رأس مال، وإن تداخل هذه العوامل ما بين المنتجين و مقدمي الخدمات يوفر بنى تحتية سياحية متينة ، و يسهل عملية التطوير السياحي . بالمحصلة نستطيع أن نقول إن صناعة السياحة تؤثر في الصناعات الأخرى ، وهي صناعات تعمل بفضل صناعة السياحة .

---
١٧ - عبد العزيز ،ماهر ،صناعة السياحة،دار زهران،عمان،ص٢٣، ١٩٩٧ .

لذلك نقول إن صناعة السياحة في البلدان السياحية شريان حياة اقتصاديات هذه البلدان ، والمحرك الأساسي لهذه الاقتصاديات[١٨] .

٢,٢,١) البيئة السياسية :

إن السياحة كنشاط فعال يتطلب أعلى درجات الاستقرار السياسي ، فالتشريعات و القوانين التي تصدرها المؤسسات الحكومية و القانونية تؤثر في السياحة بالسلب أو الإيجاب ، و توفر جواً سياسياً جديداً، و تلعب دوراً كبيراً في نمو وازدهار الاقتصاد ،و الذي يؤثر على صناعة السياحة. حيث تتبادل السياحة و السياسة الآثار المباشرة و المتناقضة ، ففي السياسة تتمثل مواقف البلد من قضاياه الأساسية الوطنية و القومية و العالمية، و تؤثر على مدى انفتاح ذلك البلد على دولة ما أو مجموعة دول أو حتى على فئة معينة من السياح ، ويتفاوت ذلك من قطع العلاقات الدبلوماسية إلى منع السفر إلى ذلك البلد ، أو تلك الفئة من السياح ....إلى تقييد السياحة بوضع إجراءات إضافية أو التزامات أو شروط مالية ، فهي بذلك تؤثر على حجم الحركة السياحية . أما التأثير الخطر الذي تحدثه السياحة في قرار البلد السياسي، فيأتي من مستوى السياحة و أهميتها في ذلك البلد ، فعندما يكون ذلك البلد متطوراً سياحياً و لديه منشآت سياحية و خدمات و أنشطة و آلاف من المواطنين العاملين فيها ،و يوظّف مليارات الدولارات في القطاع السياحي ، و يعتمد عليه في تأمين موارد وقطع أجنبي، فإن أي قرار سياسي يؤثر سلباً على السياحة، سيؤدي إلى توقف الحركة السياحية في هذا البلد أو في مجموعة بلدان. وسيؤدي ذلك إلى تعطيل تلك المنشآت و حرمان البلد من العوائد و حدوث البطالة ،وهذا ما يحدث غالباً في البلدان المستوردة للسياح ، و هي البلدان النامية، و خاصة التي لها قضايا وطنية ترتبط بمواقف بعض الدول المصدرة للسياح، وهي البلدان الاستعمارية ، و قد يدفع هذا الخوف من أثر القرار السياسي للتخفيف و التلطيف في المواقف السياسية ، تصل عند بعض القادة إلى التنازلات و الانصياع للضغوط السياسية حفاظاً على استمرار قدوم السياح من تلك البلدان (مثل ما يحصل مع الأردن و مصر من تقديم للتنازلات مقابل الدعم المالي من دول ليست بصديقة) ، و أحياناً تتراجع بعض الحكومات عن قضاياها الوطنية و مبادئها و عقائدها كلها و تنقاد للدول الثرية و تواليها و تسايرها سياسياً في سبيل السياحة على حساب القيم و مصلحة الشعب ،لكن التجربة دلت على أن بيع المواقف السياسية لقاء الأمل بازدهار السياحة ليس مضمون النتيجة .[١٩].

[١٨] ـ الروبي، نبيل،اقتصاديات السياحة،مؤسسة الثقافة ،الإسكندرية،ص٦٥، ١٩٨٦ .

[١٩] ـ الطائي ،مرجع سبق ذكره،ص١٣٢.

٣,٢,١) البيئة الثقافية و الاجتماعية :

السياحة هي صناعة متعددة المجالات و النشاطات والأهداف ، ونشاطاتها كصناعة تحقق هدفاً إنسانياً كبيراً، ألا وهو تلاقي هذه الحضارات و تمازجها بشكل يخدم الإنسانية في هذا العالم الذي تحول إلى قرية صغيرة، بفضل صناعة السياحة أولاً باعتبارها السباقة إلى ذلك ، وإلى الثورة المعلوماتية ثانياً باعتبارها جاءت متأخرة . والحضارات هي عادات و تقاليد و تاريخ و إرث الأمم و الشعوب ، وهي حضارات راسخة و متباينة زمنيا، ساهمت السياحة في تقريبها و التعريف بها و التأثر بها من قبل السياح و المسافرين الذين تخدمهم هذه الصناعة من خلال توفير فرص التنقل و الإيواء والدلالة و الترويج و غيرها من النشاطات المتشعبة التي هي نتاج صناعة السياحة . والسياحة لا تعرّف الأمم و الشعوب بحضاراتها فحسب ، بل تساهم في الحفاظ على هذه الحضارات . فكم ساهمت السياحة في المحافظة على حضارات وعادات و تقاليد كادت أن تتلاشى ، وكم ساهمت في تحسين أنماط الحياة في هذه البلدان . و تلاقي الحضارات يحصل عندما تكون الثقافات مختلفة ، مما يدعو المزيد من الناس إلى التعرف على ثقافات بعضها حيث تلعب السياحة دوراً في هذا المجال .

وهناك ثلاث أنواع من الثقافات ثقافة البلد المضيف و ثقافة السائح و الثقافة العرضية .[٢٠]

١- ثقافة البلد المضيف : هي ليست ساكنة وإنما متغيرة و متنوعة بحكم تلاقي ثقافات السياح و المسافرين الذين يقصدونها . فالثقافات المتلاحمة هي ثقافات متنوعة و متجددة . و يحصل التغيير في ثقافة البلد المضيف عندما يرد إليه سياح ينتمون إلى ثقافات مختلفة . مع العلم أن أحد دواعي السفر هو التعرف على ثقافات الغير.

٢- أما ثقافة السائح : فهي تتشكل بالاستناد إلى النشاطات التي يقومون بها في جهة القصد . إن السياح يعيشون عالماً غير اعتيادي وهم في جهة القصد بينما تبقى المجتمعات المضيفة تعيش عالمها الاعتيادي . و هذا الاختلاف في الواقع يمثل حالة تجاذب و تفاعل بين الحضارات . وتتشكل ثقافات السياح من خلال ملاحظة سلوك السياح الآخرين الذين تأثروا بسلوك السياح الذين سبقوهم في زيارة جهة القصد نفسها .

٣- أما الثقافة العرضية : تتألف من العادات والتقاليد و المعايير التشغيلية في الحياة الاعتيادية للسائح، والتي ليس من الضرورة رفضها أو قبولها من قبل السائح . ولكن هناك

-٢٠ Jafari,J,١٩٨٩, Tourism as a factor of change an English language literature review ١٧-٦٠

محاولات لترسيخ أخلاقيات السفر في الثقافة العرضية للسياح ، ويختلف تأثير المزيج الثقافي في البنى الاجتماعية للبلد المضيف إذا كان متطوراً أو نامياً ، فالتأثيرات الثقافية الاجتماعية على البلدان المضيفة المتطورة (أمريكا – فرنسا) لم يكن مثار اهتمام لأن ثقافات السياح الوافدين في الغالب متطابقة مع ثقافات البلدان المضيفة .،بل حصل تمازج بين الثقافات الوافدة والأصلية بسبب التشابه بينهما ،وأما في حال البلدان المضيفة المصنفة على أنها نامية (مصر – الأردن – قبرص) فالتأثيرات الثقافية كانت مثار جدل لأن ثقافات السياح الوافدين كانت غير متطابقة بل ودخيلة على ثقافات الدول المضيفة.

الخلاصة :إنّ السياحة كأي قطاع من قطاعات الاقتصاد الأخرى يؤثر و يتأثر بالظروف و البيئات المحيطة سلباً أو إيجاباً .

المبحث الثالث : مشكلة المعلومة السياحية و دور الإعلام في التسويق السياحي.

١,٣,١) تعريف التسويق السياحي :

هو" النشاط الإداري و الفني ، الذي تقوم به المنشآت السياحية داخل الدول و و خارجها ، لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة و التعرف عليها، و التأثير فيها ،و بهدف تنمية و زيادة الحركة السياحية القادمة منها ، و تحقيق التوافق بين المنتج السياحي و بين الرغبات و الدوافع، للشرائح السوقية المختلفة" [٢١].

ويمكن تعريف التسويق السياحي بأنه " جهود غير شخصية ، تعمل على التأثير في وجدان ، و عواطف و مدركات السياح ، و توجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج سياحي معين ، أو على خدمات سياحية لشركات سياحية محددة" [٢٢].

٢,٣,١) مشكلة المعلومة السياحية:

في عصر المعلوماتية و في ظل المفهوم الحديث للتسويق الذي يضع السائح في قمة الاهتمامات و الأولويات ، فإن الضرورة تقتضي التكيف مع هذه الأوضاع المتغيرة ، من خلال التعرف بل التعمق في معرفة حاجات ، و رغبات و تطلعات السياح الحاليين و المرتقبين. إنّ التسويق السياحي هو في البحث و تجميع البيانات التي تصاغ فيما بعد على شكل استراتيجيات تسويقية فعالة ، و الواقع إن البحث عملية مضنية و مكلفة ، كما أن البحث يتطلب الصبر أحياناً و تحمّل المشاق و المتاعب لأن الباحث هنا يحاول قياس أمزجة و أهواء يصعب قياسها كمياً ، وعليه فإن البحوث في صناعة السياحة ينبغي أن تكون ميدانية و تطبيقية تعتمد الملاحظة و المتابعة ، و غالباً ما يتم تجميع المعلومات من السياح ضمن أسس و معايير دولية، و هذه المعلومات كلما كانت شاملة كانت مفيدة لأغراض البحث السياحي العلمي ،و كما أن البحث و تجميع المعلومات لا يقتصر على السياح و إنما ينبغي أن يشمل الإدارات السياحية المختلفة ، علاوة على المقيمين في البلد السياحي المعني .

إن قواعد البيانات الجاهزة مفيدة لكنها غير كافية ، فالبيانات الأولية مهمة للغاية، و هي بيانات ينبغي على الإدارات السياحية أن تجهد النفس للحصول عليها ، وذلك من خلال الأبحاث

---

[٢١] ـالبكري،فؤادة، ٢٠٠٧التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية؛عالم الكتب،ط١،القاهرة،ص١٤،.
[٢٢] ـالخضيري،محسن، ١٩٩٨،التسويق السياحي،مؤسسة الثقافة الجامعية،الإسكندرية،ص١٦٥،.

الميدانية مع المستجوبين أنفسهم، و البحث و تجميع المعلومات في صناعة السياحة ينبغي أن يكون نشاطاً متواصلاً لأن التغييرات التي تحصل في صناعة السياحة كثيرة و متنوعة تتطلب أعلى درجات المتابعة و الملاحقة لأغراض استثمارها و تحويلها إلى فرص سياحية ، و لهذا فإن إدارة التغيير تعد جزءً لا يتجزأ من نشاط البحث و تجميع المعلومات ، لذلك نقول أنه لا مجال للاجتهادات غير العلمية في صناعة السياحة فالمعلومات و البيانات عن كل شيء يجب أن تكون موثقة و محدثة و دقيقة ."[23] وإنّ عصب صناعة السياحة لا يعتمد على الاستراتيجيات التي تصاغ في الخيال، و إنما تعتمد على بيانات و معلومات ميدانية تأتي من السياح أنفسهم ، بمعنى تأكيد على ضرورة التعمق في دراسة سلوك السائح بالدرجة الأساس للحصول على معلومات عن حاجاته و رغباته و نزعاته ، والعوامل التي تؤثر في قراره اختيار جهة قصد دون غيرها" ، لإنّ سلوك السائح هو مفتاح أكيد لصياغة الاستراتيجيات التسويقية السياحية ، و هو الأساس الذي تبنى عليه قواعد البيانات الدقيقة و الموثقة ،وقواعد البيانات تتضمن معلومات ديموغرافية و اجتماعية و ثقافية و اقتصادية عن السياح ، و هذه توثّق بشكل دقيق ليتم الرجوع إليها عند الحاجة لتقسيم السوق السياحية إلى قطاعات كرجال الأعمال ، و العائلات، و الشباب و كبار السن ، كما تحتاج إلى معرفة توقعات السياح ،و كذلك معرفة ما إذا كان الأداء السياحي المقدم لهم (الخدمة السياحية الفعلية) تتجاوز أو تقل عن التوقعات ، وهذا لن يتحقق إلا من خلال الدراسات و الأبحاث الميدانية التي ينبغي أن توثق نتائجها و توصياتها بشكل دقيق، كما يجب أن لا تجمع معلومات كيفما اتفق ، و إنما المطلوب أن نجمع معلومات ذات صلة وثيقة بالموضوع ، فالمعلومات غير المنتظمة تعد مكلفة و غير مفيدة ، أما المعلومات المباشرة و الدقيقة فهي وحدها التي تخدم جهود المسوّق و ترشده إلى الاستراتيجيات السلعية .[24]

إنّ التخطيط السياحي الناجح ، هو الذي يعتمد على قاعدة قوية من المعلومات و البيانات و الإحصاءات و التنبؤات طويل الأجل ، حيث إن توفير المعلومات و البيانات يمثل الخطوة الأولى في إعداد الخطة السياحية ،و هذه البيانات تتضمن (عدد السائحين و متوسط الإنفاق اليومي و الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي ......) كما يجب تصنيف هذه البيانات و تحليلها، ثم تحليل الطلب السياحي الفعلي و المحتمل و تحديد الأسواق السياحية التقليدية و المحتملة، و إجراء مسح و تقييم عوامل الجذب السياحي و التسهيلات السياحية، بما فيها مشروعات المرافق الأساسية، مع مقارنة عوامل المنافسة في العرض السياحي، و خصوصاً

---

[23] - كافي ، مصطفى ـ ٢٠٠٦، صناعة السياحة كحد الخيارات الإستراتيجية الاقتصادية، دار الفرات للنشر ، بيروت .
[24] - كافي ، مصطفى ، ٢٠٠٦، صناعة السياحة كحد الخيارات الإستراتيجية الاقتصادية ،مرجع سبق ذكره ص٦٠.

بالنسبة للأسواق السياحية القريبة، بالإضافة إلى عوامل المحافظة على البيئة خلال فترة الخطة. بالمحصلة إن نقص البيانات و المعلومات، وكذلك نقص الإحصاءات السياحية التي تحتاج بدورها إلى دفعة علمية و بحوث متطورة ليتسنى وضعها تحت تصرف متخذي القرار، الباحثين في المجال السياحي لتطوير السياحة ، يمثل مشكلة كبيرة للتخطيط السياحي [٢٥].

و يمكن الحصول على المعلومات الموثقة من خلال الأدوات التالية :

١ - البحوث الاستكشافية

٢ - البحوث الوصفية

٣ - البحوث التفسيرية

٤ - الملاحظات الشخصية

٥ - أساليب الاستبيان

٦ - الأساليب التجريبية

٧ - تحليل البيانات السياحية

٨ - بحوث النمط السياحي الاستهلاكي

٩ - العينات على اختلاف أنواعها و مسمياتها

و هذه الأدوات البحثية تندرج تحت مسمى بحوث التسويق .

٣،٣،١) تعريف الإعلام التسويقي:

يعرف الإعلام التسويقي بأنه " وسيلة للتأثير بمختلف الوسائل الإعلامية، و التعرف على تيارات الحركة السياحية العالمية ،في أوساط الأسواق السياحية ، و دراسة سيكولوجيا الشعوب في هذه الدول ، و رغباتهم ، و الوسائل الإعلامية المؤثرة بهم". [٢٦]

---

[٢٥] - الروبي،نبيل، ١٩٨٧، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الإسكندرية، ص٣٧، ١٩٨٧.

[٢٦] - الخضيري، محسن، مرجع سبق ذكره، ص١٨٦ .

٤,٣,١) دور الإعلام في التسويق السياحي

السياحة هي مظهر من مظاهر الإعلام عن نهضة البلد و معالمه ، و الإعلام هو المرآة التي تعكس مظاهر السياحة و نهضتها .

لقد أصبح الإعلام في العصر الحديث إحدى الوسائل الأساسية لبناء شخصية الدولة على النطاق العالمي ،فإن العلاقات المتشابكة الآن بين دول العالم تجعل كل دولة في حاجة ماسة إلى كسب تأييد الرأي العالمي حتى تصل من وراء ذلك إلى الفوز بالتأييد الدولي المعنوي أو المادي لقضاياها، ووسائل التأثير في الرأي العام العالمي كثيرة مختلفة ولكنها في معظمها تحتاج إلى رصد الكثير من الاعتمادات والإنفاق بنقد محلي أو أجنبي ومن هذه الوسائل : (الإذاعات الموجهة ، والصحافة العالمية ، و المعارض و المؤتمرات الدولية ، والبعثات والوفود .....) ولكن كيف يمكن للسياحة أن تؤثر في الإعلام و تكسبه لصالحها كي يدعمها و يساندها ، لدرجة أن يصبحا وجهين لعملة واحدة ، كل منهما يؤثر و يتأثر بالآخر ، وكلاهما يسعى لتطوير حاله وغيره للمصلحة العامة ؟ .

لا شك أن المشاهدة على الطبيعة أقوى وسيلة للإقناع ، فهي أقوى العوامل التي تؤثر في توجيه الرأي، وكسب التأييد فهي في هذا شأنها شأن التجربة المباشرة [٢٧].

إذاً السياحة مرآة عاكسة للتطور و الطموح و الإنجاز الحضاري لأي مجتمع ، تعكس شخصيته المتميزة وتساعد في تحديد مكانته و صورته في نظر الآخرين ، لدرجة أصبح كثير من الدول يعنى بدبلوماسية السياحة و محاولة استغلالها في تحسين صورتها الخارجية . ولاسيما أن من أكبر فوائد السياحة بعث الاهتمام بالتراث الحضاري والثروات الوطنية الإقليمية المتمثلة في الآثار الاجتماعية و العمران التقليدي و العادات و التقاليد المتوارثة و الآداب و الفنون ، التي تعنى الدول و المجتمعات بحفظها .

وانطلاقاً من مقولة (لا سياحة بدون إعلام) : فإنّ السياحة تحتاج إلى وسائل الإعلام المتنوعة المرئية و المسموعة و المقروءة من اجل الدعاية و الإعلان، و إنّ نجاح الإعلان معناه نجاح السياحة ، و لهذا السبب يقع العبء على معد برامج التسويق السياحي لجذب أكبر عدد ممكن من السياح لهذا الإعلان ، حيث إن توجه شخص ما إلى منطقة ما يعتمد بالدرجة الأولى على الإعلان و الترويج ، لأنه لم يسبق له أن شاهد هذه المنطقة ، و الإعلان الجيد و الصادق يلعب دوراً كبيراً في توجيه السياح إلى تلك المنطقة .

---

[٢٧] - عبد الوهاب ، صلاح الدين ، ١٩٩٠. التخطيط السياحي ، الدار القومية للطباعة و النشر ، مصر ،ص٨٥.

ومن خطوات بث الإعلان الناضج الإجابة عن هذه الأسئلة:

- لمن ؟ (الفئة المقرر بث الإعلان لها بصورة خاصة أو عامة .) .
- ما هو ؟ (إعلان ترفيهي ، أثري ، علاجي ، ثقافي ....) .
- أين ؟ (يبث الإعلان و يصور داخلياً أو خارجياً .) .
- متى ؟ (الموسم ، الوقت .).
- كيف ؟ (وسائل مرئية ، مسموعة .....) .

يوضع الإعلان أحياناً على قدم مع العلاقات العامة (و التي تعتبر مهمة و ضرورية لصنع الرأي العام ، و هي الدعامة الرئيسة لكل إعلام سياحي .) مع أنها أشمل منه . فالإعلان معناه إخبار الجمهور و تقديم المعلومات له من خلال وسائل الإعلام المعروفة . و هي أدوات العلاقات العامة، و الإعلان ضروري لأنه يخلق ثقة بالمشروع . و مع ذلك فالعلاقات العامة أوسع آفاقاً من الإعلان .

١,٤,٣,١) تعريف الإعلان السياحي :

هو" مزيج من الجهود المبذولة غير الشخصية التي تهدف إلى التعريف بالخدمات المراد و الترويج لها من خلال التأثير ذهنيا على هذه الجمهور للحصول على استجابات سلوكية متمثلة بالانضمام و التعاقد مع شرائح البرامج السياحية ".[٢٨]

٢,٤,٣,١) تعريف الترويج السياحي:

الترويج : و هو أحد أبرز عناصر المزيج التسويقي السياحي ، فيعرّف بأنه "النشاط الذي يشمل الإعلام والإعلان ، و تنشيط أو ترويج المبيعات بهدف الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية و العناية بمرافقها ، و نحو ذلك بما يؤدي غلى رواج السياحة في البلد المقصد ".[٢٩] و لهذا فإن من الضروري أن يكون العمل الترويجي في صناعة السياحة احترافيا . و لا مجال للقبول بأي شيء آخر عن الاحترافية في العمل الترويجي السياحي ، ويأخذ الترويج السياحي عدة أشكال ، و يمكن اللجوء إلى كافة الوسائل التقليدية و المبتكرة للترويج للسياحة ، و الإبتكارية تعد شرطاً لازماً من شروط نجاح الترويج كأداة لاستقطاب السياح و تعريف

---

[٢٨] مقابلة،خالد،السرابي،علاء،التسويق السياحي الحديث،دار وائل للنشر،ط١،الأردن،ص٢٣٠.
[٢٩] خضرة،جلال ،٢٠٠٧ ،التسويق السياحي،دار نينوى،دمشق،ص٢٠٨.

المقيمين ببلدهم السياحي ونقل صورة ايجابية عن البلد السياحي إلى العالم الخارجي و الداخلي.

٣,٤,٣,١) أنواع الوسائل الإعلانية :

نظراً لتعدد وسائل الإعلان و معرفتها بديهياً من قبل غالبية الأفراد، سيتم عرضها باختصار:

أ. الوسائل الإعلانية المطبوعة :من الصحف و المجلات و إعلانات الطرق، و إعلانات النقل المتحركة،و الإعلان في اللوحات المتحركة و الضوئية.

ب. وسائل الإعلان المبثوثة: عبر الإذاعات و المحطات الفضائية و الانترنت .

أولاً: التسويق من خلال الإعلانات الخارجية (على الطرق وعلى وسائط النقل) :

وهذا الأسلوب يساهم في تحفيز اهتمام الناس و إثارة اهتماماتهم بالمناطق المعلن عنها ، شريطة أن تكون هذه الإعلانات منظمة و فعالة من حيث قدرتها على الإثارة و الجذب .

ثانياً: التسويق من خلال التلفزيون و الإذاعة :

حيث ينبغي أن تكون الرسائل الإعلانية موجهة بشكل مباشر إلى السياح (الناس الذين يرغبون بالسياحة)، و تفضل الكثير من المنظمات السياحية توجيه رسائلها الترويجية إلى السياح المتمركزين في مناطق جذب معينة ، و هي بهذا تحقق هدفاً مضاعفاً : فهي تحاول التأثير بالسياح المتواجدين في مناطق جذب معينة يتولى هؤلاء السياح التأثير في سياح مرتقبين آخرين، و من الوسائل التي تقدم للمسافرين فقط :

- إصدار البرشورات و الكتيبات التعريفية الجذابة و توزيعها على السياح و مكاتب السياحة و السفر و شركات الطيران وغيرها .

- ترويج مبيعات الخدمات السياحية من خلال توزيع الهدايا الرمزية و التذكارية على السياح ،و تنظيم حفلات ترفيهية لهم، و عقد اللقاءات و الأمسيات الثقافية و الفنية و غيرها.

- تكثيف الإعلانات الخارجية و تنظيما بشكل احترافي و نشرها في الأماكن التي يرتادها السياح أو التي تقع في مناطق الجذب السياحي أو بالقرب منها .

- توزيع الخرائط على السياح من خلال مكاتب سياحية متخصصة و ليس بشكل عشوائي .

- استخدام و استثمار كافة وسائل الإعلان و الترويج المتاحة (المرئية و المسموعة) لتوضيح حقائق معينة على أن لا تكون هذه الرسائل معقدة بل تكون مباشرة و واضحة و مبسطة و دقيقة [٣٠].

ثالثاً: التسويق من خلال الانترنت : إن من مزايا القرن الواحد و العشرين انتشار وسائل الاتصال الحديثة بشكل كبير جداً مثل شبكات الانترنت و الهاتف النقال . يعد الانترنت أداة هامة لترويج السياحة إذا ما توفرت الموارد المالية والبشرية اللازمة لإحكام توظيفها .حيث ساهمت كثيراً في التسويق السريع للمعلومات و المنتجات ، فقد أحدثت شبكات الانترنت تغييرات جذرية في طرق جمع و تخزين و نشر واستخدام المعلومات السياحية ، بل كذلك في مجال الحجوزات و التنقلات و السفر من خلال عروض شركات الطيران و الفنادق و المنتجعات و المكاتب السياحية التي تنافست جميعها في تقديم الأفضل لاستقطاب الزبائن من خلال مواقعها الغنية على شبكات الانترنت . مما أدى إلى تحقيق العديد من الفوائد مثل :

- توفر المعلومات السياحة على مدار الساعة ، وبشكل محدث دائما.
- الحصول على معلومات سريعة و دقيقة بتكلفة منخفضة نسبياً .
- إمكانية الحصول على المعلومات السياحية اللازمة من أي مكان في العالم .
- إمكانية الحصول على عدة خدمات بآن واحد .

أشار تقرير صدر عن شركة ماكينزي للاستشارات الدولية إلى ارتفاع الطلب العالمي على خدمات مراكز البيانات كما يتضح من مستوى النمو المرتفع لخدمات الإنترنت، حيث تضاعف حجم خدمات النطاق العريض سنوياً منذ منتصف التسعينيات، وقد بلغ النمو في سوق تكنولوجيا المعلومات عالمياً ٤.٤ % في عام ٢٠١٠ و من المتوقع أن يتابع النمو امتداده إلى ٢٠١١ ، حيث يتوقع أن يسجل معدل نمو ٥.٥% في ظل وجود معدلات طلب عالية على خدمات إدارة التخزين، حيث تكشف الأرقام أن حجم المعلومات المتوقع إنتاجها بحلول عام ٢٠١١ سيصل إلى ١،٥٣٠ إكسا بايت، مرتفعاً من ٣٤٢ إكسا بايت* فقط في عام ٢٠٠٨.[٣١]

---

[٣٠] - العبدلي،قحطان عبد الرزاق،سمير،الترويج و الإعلان،دار زهران،عمان،ص٤٧، ١٩٩٦.

*-وحدة قياس حجم data

[٣١] -الشمري، عطاف،توقع نمو سوق تكنولوجيا المعلومات ٤.٤% العام المقبل ،جريدة الرياض ،السعودية ،الصفحة الأولى ،دار اليمامة الصحفية،٢٠١٠.

١,٣,٤,٤) واقع الترويج الاستثماري عربياً :

تعد جهود الترويج التي تضطلع بها حكومات الدول ضمن أهم مكونات واستراتيجيات استقطاب تدفقات الاستثمار العربي المباشر،وفي دول العالم والدول العربية، تقع تلك المسؤولية بالدرجة الأولى على عاتق هيئات تشجيع الاستثمار، وإن كانت تمتد لتشمل كافة الأطراف الأخرى المعنية، إلا أن هيئة تشجيع الاستثمار تضطلع بمسؤولية رسم وتحسين ملامح صورة متكاملة للاقتصاد بحيث تغطي كافة الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتتركز غايتها الأساسية في زيادة حصة الدولة من تدفقات الاستثمار العربي، و الأجنبي وتستخدم في سبيل تحقيق هذه الغاية مجموعة متنوعة من الأساليب والتقنيات المستخدمة في الترويج للاستثمار. وغالبا ما تمر عملية الترويج للاستثمار بأربع مراحل أساسية تتمثل في: رصد آراء المستثمرين الأجانب (من خارج البلاد) سواء كانت إيجابية أو سلبية، بناء الانطباع العام عن القطر وتسويقه كموقع مضيف للاستثمار، استهداف المستثمر المحتمل والحالي وتوليد الاستثمار، وتكون فاعلية تقنية توليد الاستثمار مرهونة بمدى ملائمة مناخ الاستثمار لاحتياجات ومتطلبات أنواع معينة من القطاعات الصناعية والشركات ،كما تتأثر بعدة عوامل، منها :مدى نجاح وتركيز الرسالة التسويقية وتلبيتها لاحتياجات المستثمرين، دقة قاعدة البيانات التسويقية، درجة المهنية التي يتسم بها أسلوب هيئة تشجيع الاستثمار في التعامل مع المستثمرين المحتملين، والقائمين فضلاً على فاعلية أنشطة المتابعة التي تقوم بها هيئة تشجيع الاستثمار خاصة ما يتعلق منها بتوسيع القاعدة الاستثمارية والعلاقات التي تكونها، وتتمثل المرحلة الرابعة في خدمة المستثمر.

وقد وسعت معظم الدول العربية خلال العام ٢٠١٠ نشاطاتها في مجال الترويج للاستثمار للخروج من تداعيات الأزمة المالية العالمية وخصوصا على صعيد وضع السيولة، ويتضح من واقع البيانات التي وردت من عدد من الدول العربية، تواصل الجهود الترويجية للاستثمار من قبل وكالات وهيئات تشجيع الاستثمار والحكومات في دول المنطق، .كما واصلت كافة الأطراف المعنية بجذب الاستثمار تطوير أدائها، وتفعيل أدواتها واستحداث أخرى جديدة مستفيدة من التجارب العالمية الناجحة في هذا المجال ، فقد استمرت الدول العربية في عرض المزيد من فرص الاستثمار المتاحة بوتيرة أكثر اهتماماً، انعكست في نمو فرص الاستثمار المتاحة في معظم دول المنطقة، وقد دعم الجدوى المالية والاقتصادية لهذه الفرص إعلان هذه الدول عن خطط استثمارية طموحة للسنوات المقبلة وخصوصا في مجالات الطاقة والبنية

الأساسية،و السياحة بقيمة تصل إلى ١.٧ تريليون دولار منها ما يزيد على ١٠٤٧ مليار دولار في دول مجلس التعاون الخليجي ونحو ٢٠٠ مليار دولار في العراق وحدها [٣٢].

وبلغ عدد الأنشطة والفعاليات الترويجية التي نظمتها ٦ دول عربية وردت منها البيانات، نحو ٦٧ فعالية محلية وخارجية، تراوحت ما بين مؤتمرات وندوات وملتقيات ومعارض وورش عمل ودورات تدريبية ومنتديات واحتفاليات واجتماعات، تم عقدها على مدى العام، في دول عربية وأجنبية. وقد هدفت تلك الفعاليات التي تركزت في مصر واليمن والإمارات والأردن لإظهار جودة بيئة الاستثمار، استعراض الفرص الاستثمارية وترويجها، تبادل المعلومات والخبرات بحث إمكانية إقامة مشاريع استثمارية مشتركة، محاولة تحسين الترتيب في المؤشرات الدولية .وركزت أنشطة الترويج على معظم القطاعات، وخصوصا السياحة، نقل التكنولوجيا، الخدمات، العقار، مشاريع البنية الأساسية، المياه، الطاقة.

٥,٤,٣,١) واقع الترويج السياحي في سوريا:

تبين من خلال الملاحظة:أن مسؤولية الترويج السياحي في سورية تقوم بها وزارة السياحة بشكل رئيس، و قد تمحورت خطط الترويج السياحي خلال الفترة من ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٠ حول:

١- الترويج لإظهار المقومات السياحة، و التي تجذب السياح إلى سورية.

٢- زيادة معدلات الإنفاق من قبل السياح القادمين إلى سورية.

٣- الترويج لجذب الاستثمار السياحي العربي و الأجنبي إلى السوق السورية.

و عملت وزارة السياحة على الترويج السياحي ضمن موازنات متواضعة متاحة، و تخصيص بند الترويج ضمن قسم في موازنة وزارة السياحة سنويا عند إعداد موازنة الوزارة، و كان هذا المبلغ ثابتاً خلال الأعوام ٢٠٠٠-٢٠٠٣، و قدره ٦٠ مليون ليرة سورية، تمت زيادته ليصبح ٨٠ مليوناً في العامين ٢٠٠٥-٢٠٠٦، ثم رفعت موازنة الترويج في عام ٢٠٠٧ بنسبة ٣٥٠%عن عام ٢٠٠٦، وذلك من ٨٠مليون (٢٠٠٦) إلى ٢٨٠مليوناً في عام ٢٠٠٧، بغية تحقيق التوازن بين العرض و الطلب، و إلى ٣٧٥ مليوناً في عام ٢٠٠٨ ، و بقيت الوزارة تعتمد على الإعتمادات المخصصة في الميزانية السنوية المحدودة.[٣٣]

و الجدول التالي يظهر مقارنة بين ميزانية الترويج في سورية و بعض الدول المجاورة .

[٣٢] تقرير مناخ الاستثمار،٢٠١٠.
[٣٣] مديرية الترويج السياحي،وزارة السياحة،٢٠٠٩

جدول رقم (٣) يظهر توزع ميزانية الترويج في في سورية مقارنة ببعض دول الجوارفي عام ٢٠٠٥

الدولة	ميزانية الترويج (مليون دولار)	عدد السياح (مليون سائح)	كلفة الترويج للسائح الواحد (دولار/للسائح)
مصر	٤٠	٨	٥
تركيا	٦٠	١٧	٣.٥
سورية	١.٦	٣.٤	٠.٥

المصدر : بيانات مديرية الترويج السياحي-وزارة السياحة

لاحظ من الجدول: انخفاض حصة السائح من مخصص الترويج في سورية، قياساً مع مصر و تركيا،وهو الذي يلعب دوراً هاماً في عملية الترويج و جذب أعداد متزايدة من السياح في الأسواق الخارجية ، و المستهدفة خاصة، مما ينبغي زيادة المخصص الترويجي ليتناسب مع أعداد السياح المستهدفين ، أو ما يسمى بالطلب الكامن و الذي يحتاج إلى مزيد من التحفيز و الإيضاح و نقل الرسالة الإعلامية إليه عبر وسائل و قنوات الترويج المعروفة ،و قد بينت الدراسات المقارنة التي قامت بها مديرية الترويج السياحي في وزارة السياحة السورية : أنه يجب تخصيص مبلغ ستة دولارات للسائح الأجنبي كمخصص ترويجي لإقناعه بالقدوم إلى سورية ، نظراً للمنافسة من قبل دول الجوار، و خصوصاً(تركيا و مصر و لبنان) كما يجب تخصيص ثلاثة دولارات لكل سائح عربي لنفس الغاية، مع العلم أن الحملات الترويجية النوعية التي قامت بها وزارة السياحة في سورية أدت إلى زيادة نسبة التوافد ٢٤ بالمئة خلال العام ٢٠٠٩ مقارنة مع العام ٢٠٠٨ ،[٣٤] وأن موازنة الترويج ارتفعت إلى ١٥مليون دولار عام٢٠١٠، و مع هذا تبقى الموازنة أقل من أغلب الدول المجاورة ،وقد اتخذت وزارة السياحة العديد من الإجراءات المتعلقة بالترويج للسياحة السورية على المستويين العربي والدولي، مستفيدة من زيادة موازنة الترويج، و نفذت عددًا كبيرًا من النشاطات الترويجية الخارجية، تضمنت لقاءات مع كبريات الشركات السياحية والاستثمارية والجهات الإعلامية وكليات السياحة،و رحلات اطّلاعية لشرح المنتج السياحي السوري ، و زيارات ميدانية حيّة لبعض الوفود الإعلامية لمشاهدة سورية ، جمالها السياحي على أرض الواقع.

[٣٤] مديرية الترويج السياحي بوزارة السياحة، سورية،٢٠١٠

المبحث الرابع: واقع الاستثمارات السياحية العربية البينية و دورها في العلاقات بين الدول العربية .

إنّ تطور السياحة و انتشارها في جميع أنحاء العالم ، و وصول مئات الملايين من السياح كل سنة إلى مختلف مناطق العالم، يؤثر على العلاقات بين المجتمعات الإنسانية، و يحفّز على قيام الاستثمارات لتطوير و دعم هذه العلاقات ، ولو بدرجات متفاوتة . ذلك أن بلداً واسع المساحة و كثير السكان و وفير الإمكانيات ، لقادر على استيعاب هؤلاء بدون أي عرقلة لمسيرة حياة الفرد اليومية فيه .

أما عندما يصل نفس العدد من السياح إلى بلد صغير ، و قليل السكان و متواضع الإمكانات فذلك يؤثر في حياة الفرد و المجتمع ، ومن ناحية أخرى ، فإن الاحتكاك بين أفراد المجتمع و السائحين الأجانب يؤثر في نظرة كل منهم نحو الآخر سواء بالإيجاب أو بالسلب ،و هذا ما يجعل الدولة في حاجة لتنظيم علاقاتها السياحية مع الدول المجاورة و البعيدة سواء بشكل علاقات ثنائية أو ضمن مجموعة دول (إقليم) أو حتى ضمن المنظمات الدولية التي تعمل في مختلف ميادين السياحة .

هذه العلاقات السياحية تنعكس على العلاقات الدولية العامة للبلد مع شتى البلدان ، و تضعه ضمن الأسرة الدولية فهو يشترك بالمؤتمرات و الندوات التظاهرات الإعلامية و الترويجية و يقوم بدوره في اتخاذ القرارات و إصدار التوصيات، و تبني المعاهدات و المواثيق الدولية حول مختلف الشؤون التي تنظم السفر والسياحة ، وبالتالي يحتاج البلد إلى زيادة الإمكانات المتاحة و تطويرها من خلال الاستثمار في كافة البنى التحية و مقومات السياحة لهذا البلد حتى يتمكن من استيعاب هذه الأفواج المتزايدة من السياح [٣٥].

إن طرح المشكلة على الصعيد العربي يستدعى التركيز على دور الاستثمارات العربية البينية في خلق هياكل إنتاجية واقتصادية تكاملية، بغض النظر عن طبيعة النظام الاقتصادي والسياسي في كل قطر عربي بشكل منفرد.

---

[٣٥] - كافي ، مصطفى ، مرجع سبق ذكره

١,٤,١) دراسة واقع الاستثمارات السياحية العربية البينية:

إنّ التقرير السنوي (مناخ الاستثمار) الصادر عن المؤسسة العربية لضمان الاستثمار المصدر الإحصائي الرئيس (ويكاد يكون الوحيد) بشأن الاستثمارات العربية البينية، ووفقا لهذا المصدر:فإنّه يتكون المؤشر المركب لمناخ الاستثمار في الدول العربية من المؤشرات الاقتصادية الكلية التي تشتمل على مؤشر السياسة النقدية معبرا عنه بمعدل التضخم، ومؤشر التوازن الداخلي معبرا عنه بنسبة عجز أو فائض الميزانية العامة للدولة إلى الناتج المحلي الإجمالي، ومؤشر التوازن الخارجي معبرا عنه بعجز أو فائض الحساب الجاري بميزان مدفوعات الدولة مع العالم الخارجي كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي ، ويستخدم معدل النمو الحقيقي في الناتج المحلي الإجمالي لأغراض المقارنة ، وتشير البيانات المتوافرة إلى تحسن ملحوظ في المؤشر المركب لمناخ الاستثمار لعام ٢٠١٠ ،حيث سجل ١.٣٠ نقطة مقارنة مع ٠.٧٠نقطة عام ٢٠٠٩ ، ويعزى ذلك إلى تحسن مؤشري التوازن الداخلي والتوازن الخارجي المكونة للمؤشر المركب بشكل ملحوظ، و سجل المؤشر الفرعي لسياسة التوازن الخارجي ٢.٠٠ نقطة عام ٢٠١٠ مقابل ١.٠٠ نقطة عام ٢٠٠٩ ، وسجل المؤشر الفرعي لسياسة التوازن الداخلي ١.٨٤ نقطة مقابل - ٠.٣٧ نقطة عام ٢٠٠٩ ، في حين تدهورالمؤشر الفرعي للسياسة النقدية ليسجل ٠.٠٥ نقطة عام ٢٠١٠ مقابل ١.٤٧ نقطة عام ٢٠٠٩ ويبين الجدول التالي اتجاهات التحسن والتراجع في الدول العربية كمجموعة وفق مكونات المؤشر من عام ٢٠٠٥-٢٠١٠.

جدول رقم (٤) يظهر المؤشرات المكونة للمؤشر لمركب لمناخ الاستثمار في الدول العربية

البيان/السنة	٢٠٠٥		٢٠٠٦		٢٠٠٧		٢٠٠٨		٢٠٠٩		٢٠١٠	
معدل النمو الحقيقي	٥.٤		٥.٨		٦.٢		٥.١		١.٨		٣.٨	
ميزان المالية العامة للناتج المحلي الإجمالي	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع
عدد الدول	١٢	٦	١٤	٥	٨	١١	١٣	٦	٨	١١	١٣	٦
ميزان الحساب الجاري للناتج المحلي الاجمالي	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع	تحسن	تراجع

عدد الدول	١٢	٦	١٤	٥	٧	١٢	١٢	٧	١٣	٦	١٧	٢
معدل التضخم	انخفاض	ارتفاع	انخفاض	ارتفاع	انخفاض	ارتفاع	انخفاض	ارتفاع	انخفاض	ارتفاع	انخفاض	ارتفاع
عدد الدول	٩	٩	٤	١٥	٧	١٢	٢	١٧	١٧	٢	٦	١٣
المؤشر المركب	٠.٩١		١.٤٩		٠.٩٣		١.٠٥		٠.٧		١.٣	

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات تقرير مناخ الاستثمار ٢٠٠٥-٢٠١٠.

و أما بالنسبة للاستثمارات السياحية العربية البينية ،سيتم استخلاصها من خلال الاستثمارات العربية البينية بشكل عام ،لأنه لم تتوفر بيانات كافيةعنها، و بشكل منفصل عن كل الأعوام خلال فترة الدراسة: فقد بلغ إجمالي الاستثمارات العربية البينية الخاصة خلال عام ٢٠٠٥ نحو ٣٨ مليار دولار أميركي مقابل ٥.٩ مليارات دولار عام ٢٠٠٤. ويعتبر عام ٢٠٠٥ عاما استثنائيا بكل المعايير، وذلك نتيجة إعادة توطين جانب هام من الاستثمارات الخليجية في أميركا وبعض البلدان الأوروبية، وبمقارنة الاستثمارات العربية البينية الخاصة خلال عامي ٢٠٠٤ و٢٠٠٥، تجد أن تلك الاستثمارات قد سجلت زيادة في إحدى عشرة دولة عربية "مستقبلة" ، فيما شهدت دولة عربية واحدة (الجزائر) تراجعاً في حجم الاستثمارات البينية.[٣٦]

كما تعود الطفرة الكبرى التي شهدتها الاستثمارات العربية البينية عام ٢٠٠٥ إلى الزيادة الكبيرة التي حصلت في الاستثمارات العربية البينية القادمة إلى المملكة العربية السعودية التي جاءت على رأس قائمة الدول العربية المضيفة للاستثمارات البينية، إذ بلغت نحو ٢٨.٨ مليار دولار (٧٥.٨% من إجمالي التراخيص الصادرة للاستثمارات العربية البينية خلال عام ٢٠٠٥).

ويشير الجدول (٥) إلى توزيع الاستثمارات العربية البينية الخاصة خلال عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٥، وفق القطر المضيف ، ومن خلال بيانات هذا الجدول يتضح أن كلا من السعودية،

[٣٦] -عبد الفضيل،محمود،بنية و اتجاهات الاستثمارات العربية البينية،مجلة المعرفة ،ملفات خاصة،٢٠٠٧،الصفحة الرئيسية،www.aljazera.com.

والسودان، ولبنان، والمغرب وسورية، تأتي على رأس قائمة الأقطار العربية المستقبلة للاستثمارات البينية الخاصة.[٣٧]

جدول رقم(٥) يظهر إلى توزيع الاستثمارات العربية البينية الخاصة خلال عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٥، وفق القطر المضيف

(مليون دولار)

الدولة	٢٠٠٤		٢٠٠٥	
	القيمة	النسبة%	القيمة	النسبة%
الأردن	٢٧.٠	٠.٥	٣٠٢.٢	٠.٨
الإمارات	٥٢٥.٠	٨.٨	-	-
البحرين	٢٧٤.٢	٤.٦	-	-
تونس	١٠٧.٣	١.٨	٢٠٠.٠	٠.٥
الجزائر	٢٦٣.٣	٤.٤	٢٦٠.٦	٠.٧
السعودية	٩٥٨.٠	١٦.١	٢٨.٧٩٧.٠	٧٥.٨
السودان	٦٥٧.٠	١١.٠	٢.٣٤١.٠	٦.٢
سوريا	٤٢٧.٢	٧.٢	١.٦٧٢.٦	٤.٤
عُمان	٦٢.٦	١.١	-	-
فلسطين	٠.٣	٠٠	٠.٥	٠.٠
لبنان	١.١٠٥.٤	١٨.٦	١.١٢١.٤	٣.٠
ليبيا	٢٣.٦	٠.٤	٥٠٠.٨	١.٣
مصر	٤١٨.٠	٧.٠	٨٢٧.٠	٢.٢
المغرب	١.١٠٥.٤	١٨.٦	١.١٢١.٤	٣.٠
اليمن	٥٨.٨	١.٠	٢٠٣.٩	٠.٥
المجموع	٥.٩٥٧.٧	١٠٠.٠	٣٨.٠٠٦.٨	١٠٠.٠

المصدر: ، مناخ الاستثمار،التقرير السنوي، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ٢٠٠٥

[٣٧] ـعبد الفضيل ،محمود،مرجع سبق ذكره ،الصفحة الرئيسية.

أما **التوزيع القطاعي** لتلك الاستثمارات (صناعة، زراعة، خدمات، أخرى) في عام ٢٠٠٥، نجد أن **قطاع الخدمات** استحوذ على نحو ٨٤% من جملة التدفقات الاستثمارية البينية. يليها **قطاع الصناعة** (٦%). والأنشطة الأخرى (٩%)، بينما لم يحظ **قطاع الزراعة** سوى بالنذر اليسير (٤٤ مليون دولار فقط).

ويوضح الجدول (٦) التحيز الكبير نحو قطاع الخدمات في كل من السعودية والسودان، ولبنان، بينما يبدو الهيكل أكثر توازنا في حالة مصر وسوريا بين قطاعي الصناعة والخدمات.[٣٨]

جدول رقم (٦) يظهر التوزيع القطاعي للاستثمارات البينية وفق البلد المضيف خلال عام ٢٠٠٥.

(مليون دولار)

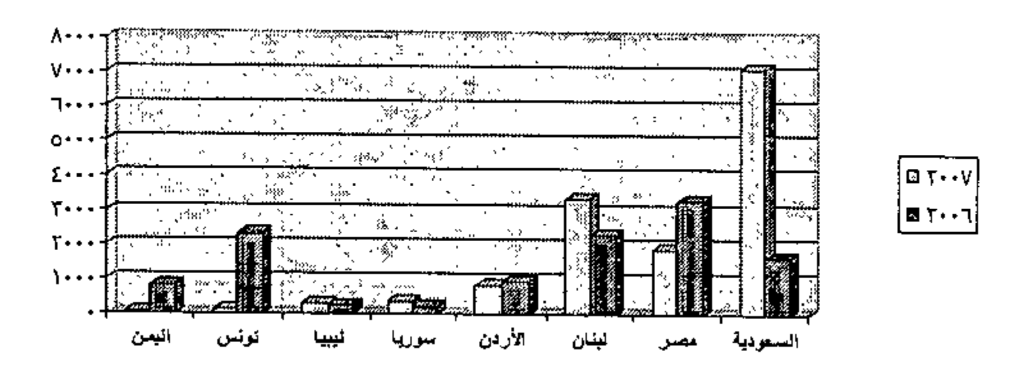
الدول	القطاع				
	صناعة	زراعة	خدمات	أخرى	الكل
الأردن	١٣٢.٧	١.٧	١٦٧.٨	-	٣٠٢.٢
تونس	٤٤.٧	-	١٥٠.٩	٤.٤	٢٠٠.٠
الجزائر	٣٦.١	-	٢١٤.٧	٩.٩	٢٦٠.٦
سعودية	-	-	٢٦.٦٦٦.٠	٢.١٣١.٠	٢٨.٧٩٧.٠
السودان	٤٥٢.٠	٨.٠	١.٨٨١.٠	-	٢.٣٤١.٠
سوريا	٧٢١.٤	-	٩٣٢.٥	١٨.٧	١.٦٧٢.٦
فلسطين	-	-	٠.٥	-	٠.٥
لبنان	١٣.٠	-	٧٦٦.٨	٠.--١	١.٧٧٨.٨
ليبيا	٢٣٨.٩	-	٥٤.٨	٢٠٧.١	٥٠٠.٨
مصر	٣٠٧.٠	٣٣.٠	٣٠٧.٠	١٨٠.٠	٨٢٧.٠
المغرب	١٥٩.٨	١.٢	٩٥٢.٨	٧.٦	١.١٢١.٤
اليمن	١٩٩.٩	-	٤.٠	-	٢٠٣.٩
الكل	٢.٣٠٥.٤	٤٤.٠	٣٢.٠٩٨.٧	٣.٥٥٨.٧	٣٨.٠٠٦.٨

[٣٨] -عبد الفضيل،محمود،مرجع سبق ذكره.

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية ،٢٠٠٥،كما أن القطاعات المعنونة بكلمة "أخرى" غير محددة في المصدر.

إذا انتقلنا إلى الأقطار العربية المصدرة للاستثمارات البينية خلال عام ٢٠٠٥، نجد أن دولة الإمارات تصدرت القائمة بـــ٢٩.٩ مليار دولار (أو ما نسبته ٧٨.٨% من إجمالي الاستثمارات العربية البينية) متوجهة إلى تسع دول عربية، تجيء بعدها المملكة السعودية بنحو ٢.٤٥٨ مليار دولار (وحصة ٦.٥%) متوجهة إلى تسع دول عربية، يليها الكويت بنحو ١.٤٩٩ مليار دولار (وحصة ٣.٩%) متوجهة إلى عشر دول عربية، ثم قطر بنحو ٦٦٥ مليون دولار (وحصة ٢.٧٤%).[٣٩]

كما أشارت البيانات الواردة في تقرير " مناخ الاستثمار في الدول العربية " إلى أن إجمالي الاستثمارات العربية البينية و الخاصة بالمشاريع التي تم الترخيص لها خلال العام ٢٠٠٧ في ثمان دول وصل إلى ١٤ مليار دولار ، بزيادة قدرها ١٨.٦٥بالمئة عن عام ٢٠٠٦، و جاءت السعودية على رأس قائمة الدولِ المضيفة لها ، حيث بلغت حصتها حوالي٧مليارات دولار أي ما نسبته ٥٠ بالمائة من مجموع الاستثمارات العربية البينية.و المخطط البياني يوضح ذلك[٤٠].



رسم توضيحي (١) حجم الاستثمارات العربية البينية خلال ٢٠٠٦-٢٠٠٧ (مليون دولار)

و قد حل لبنان في المرتبة الثانية ب ٣.٣ مليار دولار أي بنسبة ٢٣ بالمائة من المجموع العام، فيما جاءت مصر بالمرتبة الثالثة ب ١.٨ مليار دولار ، و الأردن رابعاً ب ٨٤٦ مليوناً

---

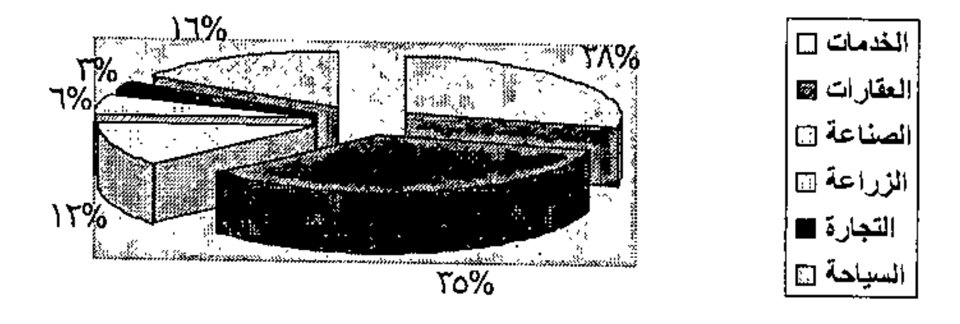
[٣٩] -عبد الفضيل ،محمود ،مرجع سبق ذكره.

[٤٠] -تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان ،ايدال ،٢٠٠٨

، و سوريا بالمرتبة الخامسة ب ٣٧٠ مليون دولار،وليبيا بالمرتبة السادسة ب ٣٠٢ مليوناً ، و تونس بالمرتبة السابعة ب ١٢٧ مليون، و اليمن بالمرتبة الأخيرة بحوالي٨٩ مليون دولار.

وبحسب التقرير، فإن هذه الاستثمارات تركزت بشكل خاص في قطاع الخدمات الذي استحوذ على ٤٤ بالمائة من مجموع الاستثمارات العربية البينية (١٦بالمئة فقط في القطاع السياحي ، و ١ بالمئة في قطاع الاتصالات ، و ٢٧ بالمائة في القطاعات الخدمية الأخرى) تلاه القطاع العقاري الذي استحوذ على ٣٥في المائة من هذه الاستثمارات فيما حازت الصناعة على ١٢ بالمائة ، و الزراعة على ٦ بالمائة ، و التجارة ٣بالمئة . والمخطط البياني التالي يظهر ذلك[٤١]

رسم توضيحي (٢) التوزيع القطاعي للاستثمارات العربية البينية لعام ٢٠٠٧



المصدر : إعداد الباحثة اعتماداً على تقرير مناخ الاستثمار ٢٠٠٧،المؤسسة العربية لضمان الاستثمار

أما بالنسبة إلى حجم الاستثمارات العربية البينية لعام ٢٠٠٨ ، فقد أوضح التقرير أن إجمالي تدفقات الاستثمارات المباشرة العربية البينية في المشاريع المنفذة والمرخص لها خلال عام ٢٠٠٨ ارتفعت بمعدل نمو بلغ ٦٤.٣% إلى حوالي ٣٤ مليار دولار وفقا للبيانات التي توافرت من ١٢ دول عربية مضيفة للاستثمار (السعودية، لبنان، الأردن، تونس، ليبيا، اليمن،

[٤١] - تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، مرجع سبق ذكره.

الجزائر، السودان، جيبوتي، المغرب، مصر وسورية) مقابل ٢٠.٧ مليار دولار لـ١٣ دولة عربية توفرت عنها البيانات خلال عام ٢٠٠٧، و الجدول التالي يظهر ذلك

جدول رقم (٧) يظهر حجم الاستثمارات العربية البينية خلال عامي ٢٠٠٧-٢٠٠٨/وفق البلد المضيف

الدولة	٢٠٠٧ مليون/ دولار		٢٠٠٨ مليون/ دولار	
	القيمة	النسبة المئوية	القيمة	النسبة المئوية
السعودية	٦,٢٨٨,٠	%٣,٩٢	١٢,٩٥٢,٠	%٣٨,١
الجزائر	٤٧٦,٠٠٠	%٢,٣٠	٥,٦٦٦,٠٠٠	%١٦,٦
السودان	٣,٣٣٩٨	%١٦,١٧	٤,٨٠٦,٥	%١٤,١
لبنان	٣,٣٤٢,٨	%١٦,١٨	٢,٦٦١,١	%٧,٨
مصر	١,٨٧٤,٦	%٩,٠٧	٢,٣٢٤,٤	%٦,٨
ليبيا	٣٠٢,١	%١,٤٦	٢,٠٧٩,٩	%٦,١
سوريا	٣٧٠,٠٠٠	%١,٧٩	١,٥٣٩,٧	%٤,٥
المغرب	٨٣٢,٦	%٤,٠٣	٨٤٨,٨	%٢,٥
الأردن	٨١٦,٥	%٣,٩٥	٤٣٣,٦	%١,٣
اليمن	٩٢,٠٠٠	%٠,٤٥	٣٩٣,١	%١,٢
تونس	١٦٥,٥	%٠,٨٠	٣٢٠,٧	%٠,٩
جيبوتي	٧,٢	%٠,٠٣	٥,١	%٠,٠١
عمان	٢,٦٥٣,٣	%١٢,٨٤	-	-
المجموع	٢٠,٦٦٠,٤	%١٠٠,٠٠	٣٤,٠٣٠,٩	%١٠٠,٠٠

المصدر : تقرير مناخ الاستثمار٢٠٠٨،المؤسسة العربية لضمان الاستثمار.

وذكر التقرير أنه بالمقارنة بين عامي ٢٠٠٧ و ٢٠٠٨، فقد سجلت الاستثمارات المباشرة العربية البينية زيادة في ٩ دول عربية (السعودية، الجزائر، السودان، مصر، ليبيا، سورية،

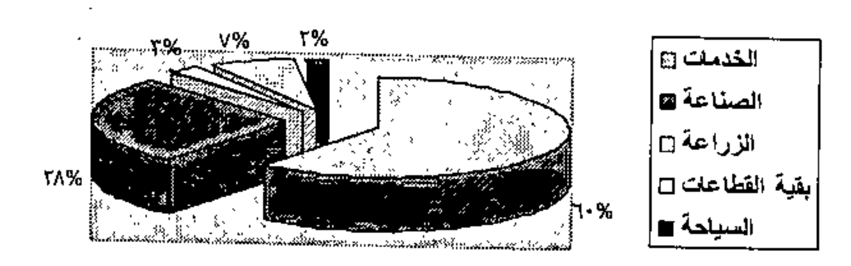
المغرب، اليمن وتونس)، فيما شهدت ٣ دول (لبنان، جيبوتي والأردن) تراجعا في الاستثمارات المباشرة العربية البينية الوافدة. ويلاحظ الارتفاع الكبير الذي شهدته الاستثمارات المباشرة العربية البينية الوافدة إلى كل من ليبيا والجزائر، حيث ارتفعت في ليبيا من ٣٠٢ مليون دولار عام ٢٠٠٧ إلى حوالي ٢.١ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ومن ٤٧٦ مليون إلى ٥.٧ مليار دولار في الجزائر للفترة ذاتها، وفقاً لبيانات المصادر القطرية من هذه الدول

وعلى المستوى القطاعي كشف تقرير مناخ الاستثمار٢٠٠٨ عن تركز معظم الاستثمارات العربية البينية في قطاع الخدمات إذ استحوذ على ما نسبته ٦٢% من الإجمالي،

(حيث يضم قطاع الخدمات :خدمات قطاع السياحة التي استحوذت على ٢.٣٣% فقط من أجمالي قيمة قطاع الخدمات ،بالإضافة إلى قطاع النقل و الاتصالات و غيرها).

و الشكل التالي يظهر التوزيع القطاعي للاستثمارات العربية البينية لعام ٢٠٠٨

رسم توضيحي رقم (٣) يظهر التوزيع القطاعي للاستثمارات العربية البينية لعام ٢٠٠٨



المصدر : إعداد الباحثة اعتماداً على تقرير مناخ الاستثمار٢٠٠٨ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار.

و بالمقارنة بين هذه السنوات تجد أن واقع الاستثمارات السياحية العربية البينية يتأرجح و يتراجع ،حيث كان حجم الاستثمارات العربية البينية في مجال السياحة في عام ٢٠٠٧ (١٦%من إجمالي الاستثمارات العربية و أصبح ٢% في عام ٢٠٠٨) وهذا جوهر المشكلة.

و أما في عام ٢٠٠٩ فقد عانى تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية من شح بيانات الاستثمار العربي البيني المباشر، حيث اقتصرت البيانات الواردة للمؤسسة العربية لضمان الاستثمار على ٨ دول عربية فقط،و هي مصر و الأردن ، السعودية ،ليبيا،اليمن ،الإمارات ،تونس، المغرب،ووفق بيانات تلك المجموعة فقد بلغ إجمالي تدفقات الاستثمارات العربية المباشرة البينية حوالي ١٩.٢ مليار دولار، مقابل ٢٠.٧مليار دولار لنفس المجموعة في عام ٢٠٠٨،و قد جاءت السعودية على رأس قائمة الدول العربية المضيفة للاستثمارات العربية البينية للعام ٢٠٠٩،حيث بلغت قيمتها ١١.٦مليار دولار و بحصة مقدارها٦٠.٤%من الإجمالي ،تلتها الإمارات ب ٣.٧ مليار دولار و حصة ١٩%، و الجدول التالي يظهر ذلك:

جدول رقم (٨) يظهر حجم الاستثمارات العربية البينية في عام ٢٠٠٩

الدولة	القيمة/مليون دولار	النسبة%
السعودية	١١,٦٢٣.٠	%٦٠.٤
الإمارات	٣,٦٥١.٦	%١٩.٠
مصر	١,٧١١.٧	%٨.٩
الأردن	٧٥٦.٣	%٣.٩
اليمن	٦٥٢.٢	%٣.٤
المغرب	٦٤١.٦	%٣.٣
تونس	١٦٣.٧	%٠.٩
ليبيا	٤٧.٥	%٠.٢
الإجمالي	١٩,٢٤٧.٦	%١٠٠

المصدر : تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية،٢٠٠٩،المؤسسة العربية لضمان الاستثمار.

وبالمقارنة بين بيانات ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩ لنفس مجموعة الدول العربية المتوافر عنها معلومات لعام ٢٠٠٩ ، فقد سجلت الاستثمارات العربية البينية ارتفاعاً في ٤دول و تراجعاً في ٤ دول عربية حسب الجداول السابقة ، و على صعيد توزيع تدفقات الاستثمار العربي البيني المباشر قطاعياً،تشير البيانات الواردة من أربع دول عربية إلى أن نصف الاستثمارات العربية البينية تقريباً تركزت في قطاع الخدمات بشكل عام، اي بنسبة٤٣.٠٣ %من الإجمالي ،أي أن حصة قطاع الخدمات(الذي يضم قطاع السياحة ضمنه) تستمر في الانخفاض استنتاجياً عن الأعوام السابقة رغم أن معظم الدول العربية قدمت مشاريع سياحية للاستثمار، حسب هيئات الاستثمار لبعض الدول العربية .

ووفقاً للبيانات الواردة للعام ٢٠١٠ والتي اقتصرت على ٦ دول عربية فقط، شملت؛ مصر، الأردن، اليمن، المغرب، تونس والسودان، فقد بلغ إجمالي تدفقات الاستثمارات المباشرة البينية العربية خلال عام ٢٠١٠ نحو ٥.٧ مليار دولار مقابل ٧.٩ مليار دولار لنفس مجموعة الدول للعام ٢٠٠٩ ، أي بانخفاض بلغ معدله.% ٢٨.٢ ، وقد تصدرت السودان قائمة الدول المضيفة للاستثمارات العربية البينية للعام ٢٠١٠ ، حيث بلغت قيمة هذه التدفقات ٢.٩ مليار دولار وبحصة % ٥١.٢ من الإجمالي، تليها مصر بحوالي ١.٥ مليار دولار وحصة% ٢٦.٩ ، ثم المغرب بحوالي ٦١٦ مليون دولار وحصة% ١٠.٨ ، ثم الأردن بحوالي ٢٦٥ مليون دولار وحصة ,% ٤.٧ واليمن بحوالي ١٩٢ مليون دولار وحصة ، وتونس بحوالي ١٦٦ مليون دولار وحصة .% ٢.٩ وبمقارنة البيانات المتوفرة لنفس مجموعة الدول خلال العامين ٢٠٠٩ و ٢٠١٠ ، فقد سجلت تدفقات الاستثمارات المباشرة العربية البينية ارتفاعاً في كل من المغرب وتونس، بينما شهدت تراجعاً في كل من السودان مصر، الأردن، واليمن.و الجدول التالي يظهر ذلك

جدول رقم (٩) يظهر حجم التدفقات الاستثمارية العربية البينية لعام ٢٠١٠

الدولة	القيمة	النسبة%
السودان	٢,٩٠٩.٢	%٥١
مصر	١,٥٢٨.٦	%٢٦.٩
المغرب	٦١٥.٨	%١٠.٨
الأردن	٢٦٥.٢	%٤.٧

اليمن	١٩١.٨	٣.٤%
تونس	١٦٦.٤	٢.٩%
الإجمالي	٥,٦٧٧.	١٠٠%

المصدر : مناخ الاستثمار في الدول العربية ،٢٠١٠

وعلى صعيد توزيع تدفقات الاستثمار المباشر العربي البيني قطاعيا، تشير البيانات الواردة من٤ دول عربية، شملت المغرب ، اليمن، تونس والسو دان، إلى أن معظم الاستثمارات العربية البينية تركزت في قطاعي الصناعة و الخدمات الذي يضم ضمنه قطاع السياحة ، حيث استحوذ قطاع الخدمات على ما نسبته ٧٩% من الإجمالي ، دون ذكر رقم دقيق لحجم الاستثمارات العربية البينية في قطاع السياحة ،وبالتالي مع تأرجح حجم الاستثمارات خلال السنوات السابقة، بين ارتفاع وانخفاض ، لابد من أن تتأرجح معها حصة القطاع السياحي من هذه الاستثمارات ، و لكن من خلال استعراض البيانات الواردة عن حجم الاستثمارات العربية البينية خلال السنوات من ٢٠٠٤و حتى ٢٠١٠ وحصة قطاع السياحة منها ، تشير البيانات إلى تأرجح، و تراجع في حصة القطاع السياحي من إجمالي الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة المدروسة،حتى وصلت إلى ٢% في ٢٠٠٨ و ربما أقل فيما بعد كون المؤسسة العربية لضمان الاستثمار لم تتمكن من تحديد النسبة تماماً في ، بلدان الوطن العربي التي تتمتع بكل المقومات اللازمة للاستثمار و التطوير السياحي ،و إن كانت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار تعزو السبب إلى ضعف الجهات الرسمية العربية في تزويد المؤسسة بالبيانات اللازمة لذلك . لكن بالنتيجة :إنّ هذه الأرقام تثبت مشكلة البحث ، التي تقول: بالرغم من الإمكانات الكبيرة و المقومات المشجعة للاستثمار في القطاع السياحي في دول الوطن العربي،كونه قطاع نشيط ، إلا أنه و اعتماداً على بيانات تقارير مناخ الاستثمار في الدول العربية لعدة سنوات ،تجد الباحثة أنّ حجم الاستثمار في قطاع السياحة مازال قليلاً، بل وأقل من الطموح و المطلوب.

من البيانات الأخرى المهمة التي تضمنتّها تقارير مناخ الاستثمار حول الاستثمارات العربية البينية التي استجابت سبع دول عربية فقط للإفصاح عنها ، تلك المتعلقة بالدول المصدرة للاستثمارات ،والتي تركز معظمها بالدول النفطية، حيث وكما أكدت التقارير لعدة سنوات كان هناك تنام ملحوظ لحصة رؤوس الأموال الخليجية المتجهة إلى الدول العربية الأخرى وعلى رأسها الدول ذات الأسواق الناشئة، إذ تشير البيانات إلى أن تزايد الاستثمارات الخليجية

الموجهة إلى الدول العربية الأخرى ساهم بدرجة كبيرة في استفادة هذه الدول من تلك الاستثمارات المتنامية، فقد تصدرت البحرين المجموعة باستثمارات بلغت حوالي ٥.٥٠٠ مليار دولار وما نسبته ٣٩.٢% من إجمالي الاستثمارات العربية البينية المصدرة، وتوجهت الاستثمارات البحرينية إلى ثلاث دول عربية هي: السعودية، الأردن، ومصر تلتها الاستثمارات المصدرة من السعودية والبالغة ٢.٦٥٩ مليار دولار أو ما نسبته ١٨.٩% من الإجمالي وتوجهت إلى ست دول عربية تصدرها لبنان في حين جاءت الاستثمارات المصدّرة من الكويت ثالثاً بقيمة ١.٩٣٠ مليار دولار وبنسبة ١٣.٧% وتوجهت إلى سبع دول عربية فالإمارات رابعاً بحوالي ١.٠٦٠ مليار دولار وحصة ٧.٥% إلى سبع دول عربية ..والمفاجأة أن سورية جاءت خامساً باستثمارات مصدّرة تقدر بنحو ٥٤٠ مليون دولار وبنسبة % ٣.٨ لتشكل مع الدول الأربع الأولى ما نسبته ٨٣ % من إجمالي الاستثمارات العربية المصدّرة في عام ٢٠٠٨.

٢,٤,١) موقع الدول العربية في تقرير تنافسية قطاع السياحة و السفر العالمي :

يعد النشاط السياحي من أسرع القطاعات الاقتصادية نموا على المستوى العالمي ، وفى العديد من الدول تتعدى مساهمته مساهمات القطاع الأولي والصناعي .إذ يساهم نمو هذا النشاط بشكل مباشر في توليد موارد النقد الأجنبي وتوفير فرص العمل الجديدة لدى الاقتصاديات المضيفة بما يسهم في دفع معدلات النمو الاقتصادي ورفع المستوى المعيشي ، وفي هذا السياق يصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، WORLD Economic Forum تقارير تنافسية السفر والسياحة كل عام ،اعتماداً على البيانات التي تقدمها الجهات المختصة في الدول المشاركة (التي يتراوح عددها عالمياَ بين ١٣٠-١٣٤دولة سنوياً) في هذا التقرير، ويقيس مؤشر السفر والسياحة مدى تنافسية الدول في هذا المجال وذلك من خلال قياس أدائها ضمن مكونات هذه الصناعة عالميا،اعتماداً على ثلاث مؤشرات فرعية ،و هي (الإطار التنظيمي،البنية التحتية، و الموارد البشرية و الثقافية)، و لذا كان لابد من عرض واقع الدول العربية ضمن هذا التقرير، و قياس أداءها من خلال المؤشرات الفرعية عبر عدة سنوات :

جدول رقم (١٠) يظهر وضع الدول العربية في مؤشر تنافسية السفر و السياحة

الترتيب	الدولة	عدد الدول/ الترتيب العام دولياً			
		٢٠٠٧/١٢٤	٢٠٠٨/١٣٠	٢٠٠٩/١٣٣	٢٠١٠/١٣٩
١	قطر	٣٦	٣٧	٣٧	٤٢
٢	تونس	٣٤	٣٩	٤٤	٤٧
٣	الإمارات	١٨	٤٠	٣٣	٣٠
٤	البحرين	٤٧	٤٨	٤١	٤٠
٥	الأردن	٤٦	٥٣	٥٤	٦٤
٦	مصر	٥٨	٦٦	٦٤	٧٥
٧	المغرب	٥٧	٦٧	٧٥	٧٨
٨	عُمان	-	٧٦	٦٨	٦١
٩	السعودية	-	٨٢	٧١	٦٢
١٠	الكويت	٦٧	٨٥	٩٥	٩٥
١١	سورية	٨٠	٩٤	٨٥	١٠٥
١٢	الجزائر	٩٣	١٠٢	١١٥	١٣٣
١٣	ليبيا	-	١٠٤	١١٢	١٢٤
١٤	موريتانيا	٩٢	١٢٢	١٢٧	١٣٦
١٥	لبنان	-	-	-	٧٠

المصدر: إعداد الباحثة ، تقارير سنوية.www.weforum.org, ٢٠١٠-٢٠٠٩-٢٠٠٨-٢٠٠٧

حيث غطى المؤشر خلال الأربع سنوات الأخيرة المدروسة حوالي ١٢٤-١٣٩ دولة عالمياً،[٤٢] كان من بينها ١١-١٥ دولة عربية تأرجح ترتيبها خلال هذه السنوات ، و بالمقارنة بين نتائج مؤشر السفر و السياحة خلال هذه السنوات،وجدت الباحثة أن الإمارات التي حققت أفضل موقع للدول العربية سياحياً على مستوى العالم في عام ٢٠٠٧،تراجع ترتيبها تراجعاً كبيراً في عام ٢٠٠٨ إلى المرتبة ٤٠،و يعود السبب في ذلك إلى تراجع ترتيبها في مؤشر الموارد البشرية و الثقافية ، إذ احتلت المرتبة ٨٩عالمياً ، و هذه المشكلة تعاني منها أغلب الدول العربية ، و هي نقص في الموارد البشرية المؤهلة ،ولكن الإمارات لاحقاً تحسن ترتيبها في السنوات التالية لتحتل المرتبة ٣٣ في عام ٢٠٠٩ و المرتبة ٣٠في عام ٢٠١٠، حيث احتلت المرتبة ٩عالمياً في البنية التحتية ، و المرتبة ٤٢عالمياً في الموارد البشرية في ٢٠١٠.أما قطر فهي الدولة العربية الوحيدة تقريباً التي حافظت على مستواها، خلال السنوات السابقة مع تراجع في ٢٠١٠،كذلك يعود السبب في هذا التراجع إلى أن قطر تراجعت إلى المرتبة ٩٠ في مؤشر الموارد البشرية و الثقافية لعام ٢٠١٠، و كذا بالنسبة إلى أغلب الدول العربية،أما بالنسبة إلى سورية فقد احتلت مراتب متأخرة جداً ،متقدمة فقط على ٣دول عربية ، فقد احتلت المرتبة ٨٠في عام ٢٠٠٧ ، ثم تراجعت إلى ٩٤ في عام ٢٠٠٨، ثم تحسنت مرتبتها و تقدمت إلى ٨٥في ٢٠٠٩و لتعود و تتراجع إلى المرتبة المتأخرة ١٠٥في عام ٢٠١٠،فقد وجّهت مراتبها المتأخرة الصدمة إلى رجال الاقتصاد المختصين الذين عزوا السبب إلى مصادر المعلومات ، إذ اعتبروا أن الجهات المسؤولة عن تقديم البيانات إلى المنتدى الاقتصادي،قد تكون قد أعطت معلومات غير دقيقة ، و لكن تقرير تنافسية السفر و السياحة قد أرجع الأسباب إلى تأخر سورية إلى المرتبة ١٠٠ في مؤشر الموارد البشرية و الثقافي في عام ٢٠٠٩، و إلى المرتبة١٠١ في مؤشر الإطار التنظيمي، و إلى المرتبة ١٠٩ في مؤشر البنية التحتية ، وكذلك في عام ٢٠١٠ وصل ترتيب سورية إلى المرتبة١١٣ في مؤشر الموارد البشرية و الثقافية.

بالنتيجة : بعد دراسة ترتيب بعض الدول العربية في مؤشر تنافسية السفر و السياحة خلال عدة سنوات (سنوات الدراسة) ، تدل الأرقام على تأرجح مواقع الدول العربية سياحياً، على الرغم من امتلاكها مقومات سياحية كبيرة ، لكن هذا يقود إلى المشكلة الأصلية ، و هي تأخر السياحة و الاستثمارات السياحية العربية البينية ، (رغم الإمكانات و المقومات السياحية العربية)، بسبب عوامل الإعاقة و منها البنية التحتية السياحية و الموارد البشرية و غير

[٤٢] -تقرير تنافسية السياحة و السفر ،٢٠١٠،٢٠٠٩،٢٠٠٨،٢٠٠٧.

المؤهلة، حيث كانت هذه العوامل سبباً في تأخر ترتيب بعض الدول العربية في مؤشر تنافسية السفر و السياحة، حيث احتلت في أغلبها مراتب متأخرة .

٣,٤,١) ضرورة تطوير السياحة العربية البينية اعتمادا على الواقع و التوقعات :

من واقع الاستثمارات العربية في قطاع الخدمات – سياحة، فقد طالب العديد من الخبراء العرب المتخصصين في المجال السياحي بضرورة تنشيط السياحة العربية البينية لدعم اقتصاديات الدول العربية ، خاصة و أن هناك العديد من الثوابت التي تؤكد على ضرورة الاهتمام و تطوير السياحة العربية البينية لكي تحتل مكانتها و دورها الفعال في التنمية الاقتصادية على مستوى كل دولة عربية خاصة إذا ما توفرت لها عناصر الاهتمام تسويقاً و تنموياً و تخطيطاً ، و قد أكد الخبراء كذلك على أن ما تحقق بالنسبة للسياحة العربية البينية في الوقت الحاضر إنما تحقق في الأساس نتيجة لعمق الروابط التي تجمع بين أبناء هذه الأمة منذ القدم ثقافياً و تاريخياً و حضارياً ، و لكن إن ما تم تطويره في مجال تنشيط و تنمية السياحة العربية حتى الآن لا يتناسب مع الإمكانات السياحية المتاحة و المتوفرة في الدول العربية حيث أشارت إحصاءات منظمة السياحة العالمية بأن منطقة الشرق العربي تحتوي على أكثر من مئة ألف موقع سياحي تتحقق فيها درجة الأصالة و العراقة، وإن مصر بالتحديد تحتل المرتبة الأولى في هذا المجال ،و يأتي العراق بعدها بالمرتبة الثانية وإذا ما أعاد العراق ترميم آثاره و مواقعه السياحية فإنه سيحتل المرتبة الأولى بآثاره و ثرواته[٤٣] . لذلك ينبغي أن تحتل السياحة البينية ترتيبها الطبيعي في البناء السياحي في كل دولة عربية تدعيماً للتنمية السياحية المستدامة على المدى البعيد ، و لكن بعد أن تتمكن هذه الدول من العمل بالتدريج ووفق مخطط مرسوم على إزالة تأشيرات الدخول للمواطنين العرب لكي تصبح الأولوية للسفر و السياحة لأمة العرب في داخل الأرض الفسيحة لدولة العرب و التي تملك من المعطيات السياحية ما لا يملكه الآخرون ، بل والأخطر من ذلك فان توقعات منظمة السياحة العالمية تشير إلى أن نسبة السياحة البينية العربية ستنخفض عام٢٠٢٠ من ٤٢% الى ٣٧% فقط، بينما تزداد نسبة السياحة البعيدة لتصل الى ٦٣% .[٤٤]

-إنّ تدني السياحة البينية العربية بلغ حداً أن اهتم بها القادة و الرؤساء العرب ، وأدرجوها ضمن القضايا التي تناولتها القمم العربية وأصدروا بشأنها القرارات الملزمة، حيث أكدت قمة

[٤٣] - الحميري ،موفق،عدنان، الحوامدة ،نبيل،زعل٢٠٠٦،الجغرافيا السياحية في القرن الحادي و العشرين،الأردن ,ص٧٥

[٤٤] - الحميري ،الحوامدة،م٢٠٠٦،الجغرافيا السياحية في القرن الحادي و العشرين ،مرجع سبق ذكره ص٧٨.

عمان (آذار ٢٠٠١) على أهمية دعم وتنمية القطاع السياحي العربي وزيادة حركة السياحة العربية البينية من خلال التركيز على ثلاثة محاور أساسية متمثلة في خدمات النقل بين الدول العربية للسياح بحراً وبراً وجواً، وتسهيلات الدخول إلى الدول العربية ودعم الاستثمار السياحي العربي ، و إنّ قمّة دمشق (آذار ٢٠٠٨) تناولت القضية ذاتها، حيث اعتمدت المحاور الأساسية للاستراتيجية السياحية العربية نظراً لأهمية السياحة البينية في تحقيق التطور السياحي في الدول العربية، والتي تحدثت عن تنمية السياحة العربية البينية من خلال الأهداف الفرعية والتي تتمثل في:

مواءمة جانب العرض السياحي لمواصفات الطلب السياحي العربي، وتحفيز تدفق الاستثمارات السياحية فيما بين الدول العربية، إلى جانب تشجيع إقامة المشروعات السياحية برأسمال عربي مشترك، هذا فضلاً عن توحيد معايير التصنيف العربية وتطبيق مؤشرات الجودة الموحدة، إلى جانب تبادل منح تسهيلات التأشيرات بين الدول العربية، ومساواة السائح العربي مع المواطن في أسعار الإقامة والانتقال، هذا فضلاً عن تنمية الثقافة حول عناصر الجذب السياحي في الدول العربية، والاهتمام بالتعليم السياحي من أجل تحقيق المزيد من التكامل العربي، إضافة إلى جذب قدر من السياحة العربية المغادرة وتحويلها إلى دول الوطن العربي ، إلى جانب دعم التعاون في تنمية إمكانيات الدول العربية الأقل نمواً لتحقيق معدلات نمو سياحي متقاربة بين الدول العربية وفيما يلي التفاصيل:

– إن نصيب البلاد العربية من مجمل السياحة العالمية ضئيل جدا مع أن إمكاناتها ضخمة وكنوزها عظيمةً ، وإن زيادة هذه النسبة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمل على زيادة نسبة السياحة البينية العربية إلى السياحة البعيدة لأسباب ومسوغات عديدة، كما أن السياحة البعيدة سريعة التأثر بالأحداث والمتغيرات والشائعات التي تروجها وسائل الإعلام الأجنبية التي تضخم من الحدث البسيط بقصد التأثير السلبي الشديد على حجم السياحة الأجنبية الوافدة، في حين أن المواطن والسائح العربي لا يتأثران بتلك الأحداث والشائعات بل على العكس من ذلك ما حدث
– كما أن السياحة البينية العربية أكثر إيرادا للدخل السياحي، فالسائح العربي أطول إقامة وأكثر إنفاقا، يضاف إلى ذلك الآثار الإيجابية للسياحة البينية العربية في زيادة أواصر الأخوة والتواصل الثقافي والاجتماعي وزيادة التعاون التجاري والصناعي بين أبناء هذا الوطن الواحد مما يزيد من تلاحم الشعب العربي إزاء قضاياه القومية[٤٥].

---

[٤٥] ـ السياحة العربية البينية الأكثر إنفاقاً و الأطول إقامة ، مجلة الوطن الكويتية ٢٠٠٨،

- إنّ النمو المتواصل و المتوازن للنشاط و العمل السياحي في أي جهة سياحية يعتمد على ثلاثة محاور أساسية هي : السياحة المحلية و السياحة البين إقليمية (أي دول إقليم الوطن العربي) و السياحة من الأسواق البعيدة من خارج إقليم العرب .

- غير أنك تلاحظ أنّ السياحة الوافدة إلى الدول العربية من المحور الثالث التي يطلق عليها بالسياحة ذات المدى الطويل قد حظيت باهتمام خاص سواء في جانب العرض أو الخدمات .

فقد أقيمت لها المنشآت و زودت بالخدمات التي تخاطب السائح الأجنبي أكثر من السائح العربي، ووجهت لها الحملات الترويجية التي تتناسب مع أسواقها ، بل أصبح التوجه الرئيس لسياسات التسويق يلهث بعيداً عن السياحة العربية ،و بالتالي انقلب البناء الهرمي التقليدي للسياحة رأساً على عقب .

- إنّ حركة السياحة الدولية بشقيها في المنطقة العربية كانت موزعة بين ٤٢% للسياحة البين إقليمية و ٥٨% للسياحة الدولية من خارج المنطقة العربية مما يوضح مدى اعتماد المنطقة على السياحة الوافدة من أسواق بعيدة أو مناطق خارج إقليم الشرق الأوسط ،وهذا يبين بوضوح عدم التوازن في البناء السياحي العربي ،الأمر الذي يجب أن يتم علاجه بإعادة تنظيم واقع السياحة العربية الذي ينعم بالاستقرار و الثبات و النمو المتوازن و المتواصل ،لأنه من المعروف أن السياحة البين إقليمية أكثر ثباتاً و استقراراً و أقل تأثراً بالضغوط السياسية و الاقتصادية و الأمنية ،و تشبه إلى حد كبير السياحة المحلية . هذا و قد أكد مجلس السياحة و السفر العالمي فيما مضى عن تفاؤله بازدهار السياحة و القطاع السياحي في منطقة الشرق الأوسط ،حيث يصل معدل النمو السياحي إلى ٥,٢% ،و وصل عدد السياح إلى الشرق الأوسط عام ٢٠١٠ نحو ٣٧ مليون سائح ، بينما تزداد نسبة السياحة البعيدة و التي يتوقع أن تصل إلى ٦٣% عام ٢٠٢٠ ، و لكن من الملاحظ أن أجمالي النشاط السياحي في الوطن العربي مازال يقل عن ٢٥,٥% من إجمالي النشاط السياحي الذي تستقطبه دولة واحدة مثل فرنسا التي يتجاوز ٧٠ مليون سائح سنوياً ، و رغم ما يحويه الوطن العربي من كنوز و آثار و ثروات و مناطق سياحية و موارد طبيعية ، فإن نصيب العرب من السياحة العالمية لا يزال ضئيلاً جداً ، حيث لم يتجاوز ٢,٦% من حجم السياحة العالمية ، إضافة إلى أن حصة الوطن العربي من عائدات السياحة العالمية مازالت أقل بكثير مما يجب أن تكون عليه ، حيث بلغـــت ١٢,٤% مليار دولار في ٢٠٠٦ ، بينما تشير الإحصاءات بأن السياح العرب ينفقون ٤٠ مليار دولار سنوياً خارج الوطن العربي ، وهم يشكلون ٢٠% من ضيوف الفنادق ذات الدرجات الممتازة في بريطانيا ، فضلاً عن تصنيف منظمة السياحة العالمية للمواطن

الخليجي بأنه الأكثر إنفاقاً في العالم حيث ينفق في الليلة الواحدة ما يعادل ١٢٦٠ دولار بينما ينفق الأوربي ما يعادل ٨٨٠ دولار في الليلة الواحدة ، كل ذلك يحدث بالرغم من وحدة اللغة و العقيدة و الهوية الثقافية الحضارية ووجود هيئات للتنشيط السياحي في كل الدول العربية و إنشاء مجلس لوزراء السياحة العرب ،و التي انتهت توصيات العديد من اجتماعاتهم إلى ضرورة دعم السياحة العربية البينية . إلا أن حصة الأخيرة لم تتجاوز ٢٨% فقط من حجم وجهات السياح العرب ،حيث لازال السائح العربي يفضل وجهات سياحية أوربية و آسيوية و أمريكية .[٤٦] و في ضوء ذلك يمكن طرح السؤال الآتي : هل تستطيع الدول العربية تنشيط السياحة البينية العربية و رفع نسبتها ؟ و ما هو دور هيئات تنشيط السياحة العربية في ذلك؟.

٤,٤,١) أهمية السياحة العربية البينية لأبناء الوطن العربي :

و اختصاراً لما سبق ، يمكن القول أنه تكمن أهمية تنشيط السياحة البينية في الوطن العربي من خلال الأمور الآتية :

١- إن نشاط حركة السياحة البينية بين أقطار الوطن العربي سوف تنعكس ايجاباً على حجم المجاميع الوافدة من الأقطار البعيدة و الحصول على نسبة إضافية من الحصة السوقية العالمية

٢- إن السائح العربي لا يتأثر بالشائعات التي تروجها وسائل الأعلام الغربية بقصد التأثير السلبي على حجم السياحة الوافدة (لأنه يعلم حقيقة الوضع السياسي و الضغوطات الخارجية و الدعاية الصهيونية).

٣- إن السياحة البينية العربية أكثر إيرادا للدخل السياحي ، فمن المعروف بأن السائح العربي أطول إقامة و أكثر إنفاقا مقارنة بالسائح الأجنبي ،و هو غالباً ما يشارك مع جميع أفراد عائلته بالرحلة السياحية .

٤- إن حركة السياحة البينية العربية من شأنها زيادة أواصر الإخاء و المحبة و التواصل الاجتماعي و زيادة التعاون التجاري و الصناعي مما يزيد من تلاحم الشعب العربي ، و هنا يبرز دور السياحة في تحقيق ما عجزت السياسة من تحقيقه .

[٤٦] -الحميري ، د. موفق عدنان ، الحوامده ،د. نبيل زعل ، مرجع سبق ذكره ، ١٧٤-١٧٨.

١,٤,٥) واقع السياحة العربية البينية بعد الأزمة المالية العالمية:

منذ خريف العام ٢٠٠٧ ظهرت ملامح أزمة مالية في الولايات الأمريكية في قطاع تمويل العقارات، و ارتفعت أسعار المحروقات بشكل غير مسبوق ، وتذبذبت أسعار صرف العملات الرئيسية بشكل زائد،و استفحلت الأزمة المالية الناجمة عن تمويل العقارات في منتصف عام ٢٠٠٨، وانتقلت إلى قطاعات أخرى، وإلى مختلف أصقاع العالم .

بالمقابل كان عام ٢٠٠٧ عامًا جيدًا للسياحة الدولية، حيث وصل معدل نمو عدد السياح على مستوى العالم إلى ٦.٩ % ثم تعرضت حركة السياحة العالمية إلى تأثيرات كبيرة في النصف الأول عام ٢٠٠٨ بسبب ارتفاع أسعار بطاقات الطيران نتيجة ارتفاع أسعار المحروقات، [٤٧] وإفلاس بعض شركات الطيران الكبرى نتيجة لذلك، وتذبذب أسعار العملات الرئيسة كاليورو والدولار والجنيه الإسترليني، مما أنتج خللاً في التوجهات السياحية المستقرة، وخاصة في انحسار الطلب على المقاصد البعيدة، واختلال توازن ميزان المدفوعات السياحي على مستوى الدولة الواحدة حسب سعر صرف عملتها، حيث يقل عدد القادمين إلى الدول التي يرتفع سعر عملتها فيما يرتفع عدد المغادرين من مواطنيها.

ولكن معدل نمو الحركة السياحية في الأشهر الستة الأولى في عام ٢٠٠٨ بقي رغم الأزمة المالية الدولية فوق ٥% على المستوى العالمي، ثم بدأ تأثيرها يظهر بوضوح في النصف الثاني من عام ٢٠٠٨ ، فانخفض معدل النمو للأشهر الستة الأخيرة إلى (-١%) . .وانخفض المعدل العام لكامل السنة إلى ١.٨% .

ومع ذلك تبدو القدرة التنافسية لقطاع السياحة أقدر على مواجهة تداعيات الأزمة المالية العالمية منها في النشاطات الاقتصادية، بما يعكس أن السياحة قاومت بشكل أفضل من النشاطات الاقتصادية الأخرى كالصناعة والتجارة والتصدير.

وتبقى تنافسية العالم العربي للسياحة والسفر أفضل منها في الأقاليم الأخرى، حيث كان معدل النمو السياحي في منطقة الشرق الأوسط في عام ٢٠٠٨ حوالي ١١ % مقابل ٢% للعالم، وهو معدل عال نسبة للأقاليم الأخرى، ويعود هذا إلى أن حصة الدول العربية من الحركة السياحية العالمية في عام ٢٠٠٨ لاتزال متواضعة رغم المقومات السياحية الكبيرة التي يتمتع بها العالم العربي حيث بلغت٧.٥% فقط من الحركة السياحية الدولية في عام٢٠٠٨ . [٤٨]

---

[٤٧] ـ آغا القلعة،سعدالله،مقالة على الانترنت،٢٠١١٠٣٢٨٠ http:/www.syriatourism.org./servers/gallery/

[٤٨] المرجع السابق نفسه.

وتتركز الفرص التنافسية لعالم العربي في السياحة العربية البينية، التي تبدو اليوم ذات أهمية قصوى واستثمار القرب الجغرافي من أوربا، مع الاستفادة من انخفاض أسعار البترول، وانعكاس ذلك على أسعار بطاقات الطيران، كما يتوقع أن تجد الاستثمارات العربية أماناً أكبر للعمل في إطار العالم العربي، مما قد يسمح بتسريع الاستثمارات السياحية بنفس الطريقة.[٤٩]

لقد استفادت السياحة البينية العربية من تداعيات الأزمة المالية العالمية ،وارتفعت بنسبة ٢٠% خلال العام ٢٠٠٩ مقارنة بالعام ٢٠٠٨، كما واصلت السياحة البنية العربية نموها خلال العام ٢٠١٠ بنسبة ٣٥% مقارنة بالعام٢٠٠٩، بحسب خبراء ومشاركين في سوق السفر العربي. ذلك أن شريحة كبيرة من الأسر العربية استبدلت وجهاتها الأوروبية مثل المملكة المتحدة وفرنسا وسويسرا والسويد، بوجهات عربية مثل الإمارات والمغرب ومصر والأردن وتونس ولبنان و سوريا، بسبب العديد من العوامل التي يأتي في مقدمتها الاتجاه نحو تقليص النفقات ،و تعزيز قدرة الوجهات السياحية العربية من خلال ظهور منتجات جديدة مثل السياحة الرياضية في أبوظبي، وبرامج السياحة العلاجية في تونس والترفيهية في مصر. بل إنّ الأزمة المالية غيرت خريطة السياحة العالمية خلال العام ٢٠٠٩، وحتى الآن، ففي الوقت الذي انخفضت فيه السياحة إلى الدول الأوروبية بنسب مختلفة تتراوح بين ٢٠ و٣٠% خلال العام ٢٠٠٩، سجلت السياحة البينية العربية زيادة تصل إلى نحو ٢٠% خلال هذه الفترة ،وسجلت قفزة جديدة خلال العام٢٠١٠، حيث ارتفع حجمها بنسبة تصل إلى نحو ٣٥% ،كما ارتفعت السياحة البينية من حيث القيمة بنحو ٢٥ %، حيث أصبحت إمارتي أبو ظبي ودبي، بالإضافة إلى مصر والأردن ولبنان وسوريا تأتي في مقدمة الوجهات السياحية البديلة، بسب الجهود التي بذلتها الهيئات السياحية في هذه البلدان للترويج للمقاصد السياحية في كل منها، بهدف الاستفادة من المتغيرات الكبيرة التي أحدثتها الأزمة المالية العالمية على خارطة السياحة العالمية [٥٠]. ولكن رغم النمو المطرد في حجم السياحة البينية بين الدول العربية إلا أن حجمها وقيمتها لا تزالان دون الطموحات المنشودة خاصة مع مقارنتها بالسياحة البينية بين التجمعات الجغرافية الأخرى ففي حين يصل المتوسط العالمي للسياحة البينية هو ٨٢% أما في العالم العربي فالنسبة لا تتعدى ٤٢%.

و الخلاصة: إن السياحة العربية البينية تبدو ذات أهمية قصوى بالنسبة للعالم العربي ،الذي استطاع مواجهة الأزمة سياحياً بشكل أفضل من دول العالم الأخرى، حيث كان معدل النمو السياحي في منطقة الشرق الأوسط في عام ٢٠٠٨ حوالي ١١ بالمئة مقابل ٢ بالمئة للعالم،

---

٤٩ ـآغا القلعة،سعد الله،الاستثمار السياحي في سوريا ،وزارة السياحة ،سوريا،٢٠٠٩.

٥٠ ـالعربي،يوسف، السياحة البينية العربية تواصل النمو رغم ضغوط الأزمة المالية العالمية،جريدة الاتحاد الإماراتية ،٢٠١٠.

وهو المعدل الأعلى للنمو على المستوى الدولي، واستمر النمو ايجابياً في المنطقة العربية فيما بعد حسب بيانات منظمة السياحة العالمية،[٥١] مرجعة سبب ذلك إلى أن الاستثمارات العربية وجدت أمانها في البلدان العربية، ما يعزز السياحة بشكل عام والبينية بشكل خاص.

٦,٤,١) الاستثمارات العربية – العربية و معوقاتها :

في الوقت الذي تتدفق فيه رؤوس الأموال العربية للاستثمار في الخارج (مابين ٨٠٠-١٠٠٠ حسب المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ٢٠٠٩)، و (٢٤٠٠ مليار دولار حسب ما قدرها مجلس الوحدة الاقتصادية العربية ٢٠٠٩) فإن الاستثمارات العربية المشتركة شحيحة جداً ، و من غير المعلوم على وجه الدقة حجم الاستثمارات العربية في كل بلد أجنبي على حدا، و ذلك لأن حجم هذه الاستثمارات كلها أساساً غير معروف . إلا أن تقريراً اقتصادياً صادراً عن مركز دراسات الخليج ٢٠٠١ قدّر الأموال العربية المهاجرة من دول الخليج إلى دول العالم ب ٧٣٠مليار دولار ، (٣٦٥ مليار دولار منها إلى الإتحاد الأوربي ، و ٣٦٥ مليار دولار أخرى في بقية دول و تجمعات العالم الاقتصادية الأخرى).[٥٢]

إنّ المعوقات التي تقف في وجه الاستثمارات العربية – العربية بشكل عام هي نفسها في كافة القطاعات الاقتصادية تُلخّص بما يلي:

١- افتقاد الاستقرار التشريعي:

يعيش العالم العربي في معظمه حالة من التخبط التشريعي وعدم ثبات القوانين الحاكمة للعملية الاستثمارية، مما يجعل رأس المال غير آمن فيضطر للبحث عن الأمان والاستقرار التشريعي في أماكن أخرى. فعلى سبيل المثال توجد في العالم العربي دول تحد من حرية نقل أرباح المستثمر وتطالبه بتدويرها داخل البلد الذي يستثمر فيه ، وهناك من تضع قيودا على رغبة المستثمر في حال تصفية مشروعه للخروج من البلد. هذا إضافة إلى البيرقراطية والروتين الخانق الذي يعانيه المستثمر، والذي يتطلب منه التعامل مع عشرات الجهات واستخراج عشرات الأذونات والتصاريح منذ أن يتقدم بطلب الاستثمار حتى الحصول على الموافقة الرسمية، وفي كل خطوة من هذه الخطوات عليه أن يدفع رشاو وإلا تعطلت أعماله، وهي على كل حال تتعطل ، وتتأخر ويضيع فيها وقت كبير مما يؤثر على العائد الاقتصادي للمشروع. إذا منحت إحدى الدول العربية على سبيل المثال إعفاء ضريبيا مدته خمس سنوات على المشاريع الاستثمارية في منطقة ما، فإن المستثمر يقضي من هذه المدة ثلاث سنوات

[٥١] التقرير الصادر عن منظمة السياحة و السفر العالمية ،٢٠٠٩.
[٥٢] - عبد العاطي ، محمد ، الاستثمارات العربية في الخارج . مجلة المعرفة، ، ،الصفحة الرئيسية،، ٢٠٠٤، www.aljazera.com .

على الأقل لاستخراج التصاريح والأذونات المطلوبة، كل هذا لا يزال يحدث رغم أن العديد من الدول طورت قوانين وإجراءات الاستثمار بها لكنها لا تزال دون المستوى المطلوب. [٥٣]

٢- افتقاد البنية التحتية:

تفتقد العديد من الدول العربية البنية التحتية اللازمة للاستثمار من كهرباء ومياه وطرق مرصوفة وجسور وأسطول للنقل البحري والجوي..إلخ. ففي مجال المياه والكهرباء و الاتصالات احتاجت الدول العربية ملايين الدولارات خلال السنوات العشر الماضية حتى تكون قادرة على جذب الاستثمارات الخارجية، وتمثل عملية النقل واحدة من أهم معوقات الاستثمار، فإلى الآن لا توجد لدى الدول العربية أساطيل من طائرات النقل والشحن الجوي مما يضطر المستثمر إلى تصدير منتجاته إما في طائرات مدنية أو عن طريق التنسيق الفردي فيما بينهم لحجز مساحات في إحدى الطائرات الكبيرة لنقل منتجاتهم إلى الأسواق الخارجية لتقليل النفقات. فإذا قارنا مشكلات النقل التي تواجه المستثمر العربي بحالة النقل في الدول الجاذبة للاستثمار وجدنا تلك الدول تمتلك أساطيل عملاقة للنقل والشحن الجوي والبحري وتشجع مستثمريها ومصدريها بشتى الطرق على استخدامها، وتتنافس شركات النقل في تقديم أرخص العروض لعمليات النقل، الأمر الذي يغري المستثمرين باستثمار أموالهم في تلك الدول.

٣-ضعف السياسات النقدية:

من المعوقات الأخرى التي تقف حائلا أمام عودة الاستثمارات العربية في الخارج السياسات النقدية في العديد من الدول العربية، والتي تحتاج إلى إعادة نظر خاصة فيما يتعلق بارتفاع أسعار الفائدة. فارتفاع أسعار الفائدة يتسبب في :

- ارتفاع تكلفة التشغيل
- الحد من التوسعات المستقبلية
- تحول الاستثمارات المباشرة إلى استثمارات غير مباشرة .
- تحول الاستثمارات غير المباشرة إلى استثمارات قصيرة الأجل مما يرفع من المخاطرة بالنسبة للاقتصاد القومي إذا اعتمد عليها كلية كما كان الحال في دول جنوب شرق آسيا

[٥٣] - عبد العاطي ، محمد ، مرجع سبق ذكره ،

إبان الأزمة المالية التي ضربت اقتصادها عام ١٩٩٧ والتي لا تزال تعاني آثارها حتى الآن .

٤-افتقاد الشفافية:

يشعر المستثمرون العرب بحاجتهم إلى الشفافية ووضوح الرؤية لدى الحكومات العربية خاصة فيما يتعلق بالسياسيات الاجتماعية والاقتصادية وقوانين العمل. والمقصود بالشفافية هنا هو الشعور بأن التنافس الشريف ونظافة الإجراءات وعدم اللجوء إلى التحايل والرشوة واستغلال النفوذ هي السبيل لخروج المشروع الاستثماري إلى الوجود وظهور نتائجه الاقتصادية، أما وضوح الرؤية فيتمثل في أن تحدد الحكومات أهدافها ،وتعيد ترتيب أولوياتها بالنسبة للمشروعات التي تريد تشجيعها لخدمة خطط التنمية لديها، وأن تتسم قراراتها على مختلف المستويات بدقة الصياغة والوضوح ليسهل تنفيذها.

لا نستطيع القول إن هذه الأسباب تعاني منها كل الدول العربية بنفس الدرجة ولكنها تزداد أحيانا في بعض البلدان وتقل في أخرى، غير أن العملية الاستثمارية في جملتها تعاني من هذه العلل وتكاد تكون شكاوى المستثمرين جميعها متشابهة فيما سبق عرضه.

٧,٤,١) محاولات عربية – عربية لتنشيط الاستثمارات السياحية العربية البينية :

– وتنشيطا للاستثمارات في السياحة البينية العربية ،وقعت المنظمة العربية للسياحة في عام ٢٠٠٨ اتفاقية تكون بموجبها ممثلاً لمنظمة السياحة العالمية في منطقة الشرق الأوسط، من أجل خدمة صناعة السياحة على امتداد المنطقة العربية، من خلال القيام بإجراء عدد من المسوحات السياحية، وتنفيذ مجموعة من برامج العمل المشتركة، وتوسيع مشاركة الدول العربية في المحافل الإقليمية والعالمية المتخصصة، وإقامة ندوات ومؤتمرات تخدم التنمية السياحية بإشراك القطاعين (العام و الخاص)

– قامت المنظمة بتوقيع اتفاقية إنشاء شركة خاصة في السعودية ، في عام ٢٠٠٨، برأسمال مال وقدره (١١٣) مليون ريال سعودي، لتسهيل استفادة المواطنين في الدول العربية من العروض المتاحة في الفنادق والمنتجعات والشقق الفندقية وفق برامج زمنية مجدولة مسبقاً، تضمن تحقيق مستوى إشغال للنزل السياحية على مدار العام وبأسعار تفضيلية تلبي احتياجات السيّاح، وتسهم بالدرجة الأولى في تطوير مستوى السياحة العربية البينية.

- كما أطلقت المنظمة العربية للسياحة أول مشروعاتها الداعمة لتنمية السياحة العربية والمتمثل في الصندوق العربي السياحي برأسمال ٥٠٠ مليون دولار بتحالف مع شركتين استثمارية عربية هما شركة البلاد للاستثمار السعودية وشركة المدينة للاستثمار والتمويل من دولة الكويت، بحيث يكون هذا الصندوق أحد آليات وضع التنمية السياحية بالعالم العربي الذي يعانى من غياب الجهات التمويلية التي تعمل على إقامة المشروعات السياحية وتوفر لها السيولة النقدية ومن هذا المنطلق جاءت فكرة إطلاق الصندوق بالتحالف مع الشركتين، ويعد الصندوق شامل الفوائد للمواطن العربي من الناحيتين الاستثمارية والسياحية، حيث إن المواطن سوف يستثمر أمواله في الصندوق الذي سيقوم بدوره بدعم المشروعات السياحية مما سيؤدى إلى تحسين الخدمة وتطويرها[٥٤].

- وإذا كان النقل أحد العقبات التي تقف حجر عثرة دون تحقيق نقلة نوعية في السياحة البينية العربية، فقد أُعلن مطلع العام ٢٠٠٩ أنّ تحالفاً استثمارياً جديدا تقوده مجموعة من المستثمرين الخليجيين قام بتأسيس شركة استثمارية كبرى برأس مال يبلغ ١٠٠مليون دولار، متخصصة في الخدمات السياحية والطيران العارض المنخفض التكاليف داخل الدول العربية ،وقد طرح التحالف الاستثماري الذي تقوده شركتان سعوديتان وأخرى كويتية على المجلس الوزاري العربي للسياحة عرضاً استثمارياً إنشاء شركة سياحية للطيران العارض منخفض التكاليف، على أن يتضمن المشروع إنشاء حقائب سياحية متكاملة في كافة الدول العربية. حيث يحتوي على تذاكر النقل، ومكان الإقامة، والتنقلات، وزيارة المعالم السياحية والتسويقية ضمن برامج سياحية متكاملة وبأسعار منافسة ومنخفضة التكلفة مقارنة بالأسعار المتداولة حالياً في الأسواق العربية، ويتشكل التحالف الاستثماري من مجموعة نورجيه السعودية، ومجموعة للسياحة والاستثمار من السعودية، ومستثمر كويتي.[٥٥]

- وفي إطار العمل على تنشيط السياحة العربية ،أعلن مطلع العام ٢٠٠٨ أيضاً أن بنكاً موجهًا للاستثمارات السياحية العربية،يدعى بنك الاستثمار السياحي العربي، سيقدم خدماته التمويلية والاستثمارية في قطاع السياحة العربي برأسمال يقدر بملياري دولار، ويعتبر هذا الأول من نوعه في هذا النشاط. تشارك في إنشاء البنك مجموعة مستثمرين من الدول العربية وعلى رأسها السعودية، على أن يقدم خدمات للاستثمار ودعم المشروعات السياحية في الدول العربية ، لن تقتصر خدمات البنك على تمويل وإنشاء المدن السياحية والفنادق الضخمة، حيث سيسعى

---

[٥٤] - المركز الدبلوماسي يوصي بتحقيق التكامل وإلغاء التأشيرات المسبقة وتبسيط الإجراءات ،مجلة عالم الاقتصاد ،السعودية، ٢٠٠٩. http:/www.ecoworld-mag.com/

[٥٥] - المركز الدبلوماسي يوصي بتحقيق التكامل وإلغاء التأشيرات المسبقة وتبسيط الإجراءات ،مرجع سبق ذكره.

إلى خلق فرص استثمارية جديدة في القطاعات السياحية، إلى جانب تمويل مشروعات البنية التحتية للقطاع في الدول العربية التي تعاني من عدم وجود بنية تحتية مناسبة، وسيكون بين خدمات البني التحتية التي سيدعمها ويمولها البنك: إنشاء شبكات الطرق، والمطارات، وخطوط الطيران، وغيرها من الخدمات الأساسية والمشروعات الضخمة، وكانت مشكلة التمويل المصرفي للمشروعات السياحية إحدى المشكلات التي تعوق تطوير السياحة البينية العربية، فالبنوك العربية لا تقرض المشروعات السياحية، ولا تهتم بإتاحة الفرص الاستثمارية في هذا القطاع، وهو ما أدى من بين جملة أسباب إلى تأخره، حيث لم تهتم البنوك بهذا القطـــاع إلا أخيراً خاصـــة في دول الخليج، التي كان التركيز فيها على قطاعات البتر وكيماويات والصناعات النفطية الأخرى، وإن كان للأوضاع الأمنية في المنطقة والاقتصادية والاجتماعية تأثير سلبي على نمو القطاع السياحي في الدول العربية ذات القابلية الكبرى للاستثمارات السياحية كالجزائر ولبنان [٥٦].

٨,٤,١) الملتقيات السياحية العربية و أسواق الاستثمار العربية و دورها في السياحة البينية:

رغم ضعف الاستثمارات العربية البينية وشحّها ، إلا أن المحاولات و الجهود مستمرة من قبل (المنظمات العربية الإدارية و التنموية و الاقتصادية المهتمة بتنمية السياحة العربية) ، من أجل إقامة الندوات و الملتقيات و المؤتمرات ، المختصة بدراسة واقع و مستقبل السياحة و الاستثمارات السياحية ،و سبل تطويرها و دعمها ، من خلال جمع المختصين و المهتمين و رجال الأعمال و الاقتصاد و السياحة ، و كسب تأييد الحكومات ، من أجل تقديم كل رأي أو دعم ممكن لتطوير السياحة العربية ، و زيادة الاستثمارات العربية ، و إزالة المعوقات التي تقف في وجه الاستثمارات العربية ، و تقديم الحلول و المقترحات لإعادة الأموال العربية المهاجرة لاستثمارها داخل البلدان العربية من خلال تقديم التسهيلات الممكنة والضرورية :

أولاً: على المستوى المؤسسي، هناك المجلس الوزاري العربي للسياحة، والذي يعد بمنزلة أحدث المجالس الوزارية التي أُنشئت في إطار الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، إذ تأسس عام ١٩٩٧ بناء على قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي ، ويميز هذا المجلس أن نظامه يسمح بتمثيل القطاع الخاص ضمن وفود الدول، وهناك تعاون قائم بين المجلس والمنظمة العالمية للسياحة التي تضم إحدى لجانها الإقليمية (لجنة الشرق الأوسط) كثيرًا من الدول العربية .ويعنى المجلس بدراسة التعاون العربي في مجالات التعليم والتدريب السياحي،

---

[٥٦] ـ مجلة الوطن الكويتية ، السياحة العربية البينية الأكثر إنفاقاً و الأطول إقامة .٢٠٠٨ .

والتنشيط والترويج السياحي، وتشجيع تدفق الاستثمارات السياحية بين البلدان العربية، وتحرير تجارة خدمات القطاع السياحي في الدول العربية، وتصدر أمانة المجلس نشرات سنوية حول إحصاءات السياحة في البلدان العربية.

أما في مجال تنشيط حركة السياحة العربية البينية يقوم المجلس بتقييم مستوى الخدمات السياحية للسائحين العرب من خلال استقصاء يتم توزيعه واستيفاؤه لتحليل نتائجه واقتراح التوصيات، كما يقوم بالترويج لمشاركة الدول العربية في المعارض والأسواق والبورصات السياحية التي تنظمها بعض الدول العربية لتكثيف المشاركة فيها، ويتم من خلاله تبادل المعلومات حول التسهيلات والتخفيضات التي تقدمها بعض الدول العربية في أسعار الطيران والإقامة في الفنادق للاستفادة من تلك التخفيضات في زيادة حركة السياحة العربية البينية.

وتنشيطا للسياحة البينية العربية تبنى المجلس الوزاري العربي للسياحة مبادرة عاصمة السياحة العربية،حيث شهد العام ٢٠٠٨ الكشفُ عن ملامح المدينة المرشحة لتكون أول عاصمة للسياحة العربية البينية، وهي خطوة اعتبرها خبراء السياحة ذات دلالة في تشجيع السياحة العربية البينية ومن بين الشروط التي يتعين توافرها في هذه العاصمة: سهولة إجراءات الحصول على التأشيرات، والمناخ الملائم، والبعد التاريخي، إضافة إلى وجود معالم سياحية جاذبة، وتوفر البني التحتية المتكاملة، وتنوع الأنماط السياحية، وتوفر الطاقة الفندقية، مع القدرة على تنظيم المعارض و الندوات المتخصصة(علماً أنه أختيرت الإسكندرية عاصمة للسياحة للعام ٢٠٠٩/٢٠١٠). يأتي ذلك في الوقت الذي أعلن فيه التقرير السنوي للمنتدى الاقتصادي العالمي الصادر نهاية العام ٢٠٠٧ تحت عنوان "منافسة السياحة والسفر" أن حصول دولة الإمارات العربية المتحدة على المرتبة ١٨ بصفتها الدولة العربية الوحيدة ضمن ترتيب أفضل ٢٠ دولة سياحية، حيث يستند هذا التصنيف على مؤشر التنافس السياحي الذي يغطي نمو القطاع في ١٢٤ دولة ، من أنحاء العالم، كما تشير الإحصاءات إلى تربع مصر على عرش السياحة العربية بدليل الإقبال الكبير لرأس المال العربي على الاستثمار فيها في هذا المجال، فمصر ما زالت الأولى سياحياً على مستوى الوطن.

ثانياً: بالإضافة إلى ذلك نذكر :

- ملتقى سوق الاستثمار السياحي الذي يقام في نيسان من كل عام في مدينة عربية ، وتشارك فيه معظم الدول العربية و يستعرض آخر المستجدات السياحية و المعارض و المشاريع السياحية في المنطقة العربية، يعمل وفق خطة عمل معينة و مدروسة تحت شعار يهدف إلى تحقيق أهداف اقتصادية سياحية استثمارية عربية .

- الملتقى العربي الأول حول صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي و إداري و تنموي ، الذي أقامته المنظمة العربية للتنمية الإدارية،في تونس بتاريخ ٢٠٠٦/٧/٦ و بالتعاون مع وزارة السياحة التونسية ، و تحت شعار (من أجل تنمية سياحية متميزة ذات منافع اجتماعية و ثقافية و بيئية و اقتصادية).

- بحث المجلس الوزاري العربي للسياحة في اجتماع عقد في العاصمة اليمنية صنعاء في شهر آيار ٢٠٠٩ الماضي ، فرص الاستثمار السياحي العربي ، و سبل تجاوز تبعات الأزمة المالية العالمية الراهنة ، إضافة إلى إنشاء جائزة الجودة السياحية ، و اختيار عاصمة للسياحة العربية سنويا ، و عرض المعوقات التي تواجه السياحة في الدول العربية . بمشاركة عدد من رجال الأعمال و المستثمرين المهتمين بالسياحة .

- ملتقى الاستثمار السياحي العربي و المنتدى الدولي للاستثمار في نيسان ٢٠٠٩وقد نظمته المنظمة العربية للسياحة ووزارة السياحة السورية بالتعاون مع جامعة الدول العربية و بحضور أكثر من ألف شخصية عربية في القطاعين العام و الخاص في المنطقة العربية يمثلون ١٧ دولة عربية . ناقش الملتقى : دور الحكومات و المؤسسات الحكومية في تنشيط الاستثمارات السياحية العربية ، و تحفيز الاستثمارات السياحية العربية (تمويل ، مصارف ، سياسات)، و أقام دورات عن تسويق السياحة العربية ،و قد شهد الملتقى طرح عدد من الاستثمارات السياحية بين البلدان العربية بحدود ٧ مليارات دولار للتخفيف من ضغط الركود الاقتصادي العربي ، و تنشيط الاستثمار السياحي العربي البيني [٥٧].

- المطالبة من خلال الملتقيات بضرورة استكمال تأسيس بنك الاستثمار السياحي العربي ، و مبادرات المنظمة العربية للسياحة ، التي تبنتها مع شركائها، و مواصلة الجهود التي تبذلها هذه المنظمة في المسح السياحي للدول التي تحتاج إلى ذلك ، و ذلك على هامش إطلاق المنظمة العربية للسياحة التي تتخذ من جدة مقراً دائماً لها ، فعاليات الملتقى الدولي الحادي عشر للسياحة العربية و الاستثمار ، في ١٥ كانون الثاني ٢٠١٠ ، بمشاركة أكثر من ٧٠شركة متخصصة في مجالات سياحية ، و عدد من الدول غير العربية بهدف تنشيط السياحة العربية العالمية و تعزيز التعاون المشترك ، و جذب السياحة العالمية إلى المنطقة العربية و فتح آفاق الاستثمار أمام الدول العالمية الأخرى في وقت يواجه فيه القطاع السياحي العربي الأزمات و التقلبات الاقتصادية ، و بيان تماسكه و تخطيه لهذه

[٥٧] - غاوي أحمد – *استثمارات سياحية عربية ب ٧ مليارات دولار لتخفيف ضغط الركود الاقتصادي العربي* . جريدة الرياض، العدد١٠١،ص١٥ ،٢٠٠٩.

الأزمة العالمية التي مرّ بها العالم ، و السعي إلى تفعيل مثل هذه الملتقيات لخدمة هذه الصناعة الكبرى ، و أكد الملتقى" أن السياحة العربية البينية هي الملاذ الآمن في ظل الظروف الاقتصادية العالمية ،و لن يأتي ذلك إلا بالتعاون المشترك ما بين المنظمات و الدول العربية ،و بيّن الملتقى أن المنطقة العربية لم تستقطب من حجم السياحة العالمية إلا نسبة ضئيلة توازي ٤%، حيث إن عدد السياح في العالم يصل إلى ٩٨٣ مليون سائح ، بينما أن المنطقة العربية لم تستقطب سوى ٣٥ مليون سائح فقط في عام ٢٠٠٩ . مؤكداً ان المنظمة تسعى لتفعيل السياحة ، لكي تحصل الدول العربية على حصة أكبر من السياح مما تحصل عليه الآن ."[٥٨]

الخلاصة : نجد من خلال الملتقيات التي تقوم بها الدول العربية، لتنشيط السياحة العربية البينية، و تشجيع الاستثمارات السياحية البينية أنها تّجمع على :

ضرورة زيادة اللقاءات العربية لدعم الأنشطة السياحية العربية ، و تشجيع البحث و النشر في مواضيع النشاط السياحي ، قيام المنظمة العربية للتنمية الإدارية باستثمار إصدار الدليل السياحي العربي ، و الموقع الإلكتروني العربية للسياحة ، فضلاً عن قناة السياحة العربية الفضائية للإعلام عن اللقاءات العربي ، و تؤكد على المقترحات التالية :

١- دعم الاستثمارات السياحية العربية المشتركة في المنطقة العربية ، و تقديم التسهيلات اللازمة .

٢- ضرورة الاهتمام بتوفير قاعدة بيانات عن الأنشطة و المنتجات السياحية العربية من خلال آليات متطورة يقدمها الموقع الإلكتروني للمجلس الوزاري العربي للسياحة .

٣- إنشاء صندوق السياحة العربية ، و مصرف متخصص بالاستثمارات السياحية العربية.

[٥٨] - المنظمة العربية للسياحة، http:/www.arabictourism.org/ ، ٢٠١٠

الفصل الثاني : الإمكانات السياحية المتاحة بين عوامل الجذب و الإعاقة

المبحث الأول : عوامل الجذب السياحي

المبحث الثاني: العوامل المعيقة للسياحة

المبحث الثالث: النبذ الغربي – الأمريكي للسائحين العرب و خاصة بعد ١١أيلول

الفصل الثاني : الإمكانات السياحية المتاحة بين عوامل الجذب و الإعاقة .

ربما لا يكون من المبالغة القول إنه بالتوازي مع ثورة المعلومات، التي اجتاحت العالم في العقدين الماضيين من الزمان، فقد واكبتها ثورة في صناعة السياحة العالمية وتصاعدت في السنوات الأخيرة مع بدايات الألفية الثالثة حيث تواجه اقتصاديات دول العالم تحديات العولمة وتحرير التجارة البينية الدولية وبخاصة تجارة الخدمات وعلى رأسها صناعة السياحة. وتعتمد صناعة السياحة على محور رئيس هو جذب السائحين وأصبح هذا المحور فنا وعلما يرتبط بكافة مرافق الخدمات في الدولة الواحدة وتنوعت سبل جذب السياح، ولم تعد حكرا على زيارة المتاحف والأماكن الأثرية - وبخاصة في المنطقة العربية - وأصبحت المقاصد السياحية شاملة مثل السياحة الدينية والعلاجية وسياحة الاستجمام والسياحة الرياضية، والثقافية والفنية ، وسياحة المؤتمرات والمهرجانات.

لا بد من التنويه في البداية عن العلاقة بين العوامل الجاذبة للسياحة و العوامل الجاذبة للاستثمار في السياحة ، فالعوامل الجاذبة للسياحة تنبعث من المزايا الطبيعية ،أو التراثية و الثقافية للبلد ، أو غير ذلك مما يجذب السائحين من خارج البلد إليها ، و كلما كانت عوامل الجذب السياحي أكثر تميزاً، كلما زادت قدرة البلد على جذب السائحين فيتسع سوقه السياحي ، و يصبح دافعاً للمستثمرين أن يقيموا المنشآت السياحية و الفندقية التي تتمكن من خدمة هذا السوق. هذه هي الصلة المباشرة بين العوامل الجاذبة للسياحة و العوامل الجاذبة للاستثمار، و قد تكون العوامل الجاذبة للسياحة في البلد قوية، و يمكن على أساسها توقع طلب سياحي كبير ، لكن إذا كان متوقعاً أن يتحمل المستثمر تكاليف كبيرة أو مخاطر غير عادية عندما يُقدم على الاستثمار فإن الأرباح المقدرة قد لا تتحقق ، و بالتالي لا بد أن يعيد المستثمر حساباته ،و في هذه الظروف قد يقدم على الاستثمار أو قد يتراجع ، و مناخ الاستثمار هو الذي يحدد إلى أي مدى يمكن أن ترتفع التكاليف الثابتة أو الجارية ،أو إلى أي مدى قد ترتفع درجة المخاطرة في الاستثمار بسبب عوامل سياسية أو تشريعية أو تنظيمية أو اقتصادية أو غير ذلك ، ومن ثم فإن مناخ الاستثمار في النشاط السياحي هو الذي سوف يحدد في النهاية إلى أي مدى يمكن التجاوب مع العوامل الجاذبة للسياحة في البلد أو الاستفادة منها ، فإذا كان المناخ سيئاً بدرجة أو بأخرى هبط الاستثمار السياحي ،فلا يستفيد الاقتصاد إلا قليلاً من عوامل الجذب السياحي التي يتمتع بها ، و كلما تحسن مناخ الاستثمار، كلما قوي أثر العوامل الجاذبة للاستثمار ، و كلما استفاد الاقتصاد من مزاياه النسبية في السياحة التي تُحدد بما يمتلكه من بيئة طبيعية خلابة، أو آثار قديمة أو تراث ثقافي مميز أو غير ذلك . من الناحية النظرية تشترك جميع

البلدان و جميع القطاعات الاقتصادية في عدد من العوامل التي تؤثر في المناخ الاستثماري ، لكن من الأهمية بمكان التعرف على طبيعة كل عامل من هذه العوامل و الأهمية النسبية له و درجة تأثيره في كل بلد من البلدان ، و في كل قطاع من القطاعات داخل كل بلد على مناخ الاستثمار .

المبحث الأول : عوامل الجذب السياحي العربي .

وهي المتغيرات و العناصر القادرة على جذب السياح و الزوار ، أو تلك التي تتوفر فيها مقومات و إمكانات الجذب السياحي ، وهي تشكل المواد الخام التي تتواجد في جهة القصد السياحي بغض النظر عن حجمها أو الوظيفة التي تشتهر بها . كل شيء يمكن أن يكون منطقة جذب ولكن علينا معرفة كيفية إدارة منطقة الجذب موقعياً .إن مناطق الجذب السياحي تتباين من حيث الشكل و الحجم و النوع ، وتحتاج إلى تنمية و تطوير و صيانة مكوناتها و حمايتها من التدهور ، و خاصة في حالة المقومات التي تحتاج إلى إدارة سليمة و واعية ينبغي العمل على تجميعها لتتكامل مع بعضها البعض في نسق يثير الحوافز و الدوافع لدى السياح لتتحول إلى مغريات و عوامل جذب ، و من أكثر مناطق الجذب شيوعاً في عالمنا الموارد الطبيعية ، و المعالم التاريخية و الصروح الثقافية ، و الفنادق و المنتجعات و الخدمات السياحية . و في صناعة السياحة يفضل السياح دمج أكثر من منطقة جذب سياحي (منطقة طبيعية و منطقة تاريخية) ، ففي هذا نوع من المتعة للسائح، حتى السياح الذين يتوقون لسياحة المغامرات مثل الصحراء يريدون أن يشاهدوا الرمال و الواحات في نفس الوقت . و الذين ينزلون في الفنادق الراقية يتوقون أيضاً للسكن في الخيام ، إنها معادلة التنوع السياحي .

إن لكل منطقة جذب رواد محبين أي أن السوق السياحية تقسم إلى قطاعات مختلفة طبقاً لمعايير منطقة الجذب و لمعايير السياح أنفسهم .

إن الوطن العربي من مشرقه الآسيوي إلى مغربه الأفريقي يشكل كتلة جذب سياحي رئيسة مرشحة لتكون مركز الجذب الأول على خريطة السياحة العالمية في حال استكملت قطاعات السياحة العربية كل بناها التحتية ووفرت الخدمات الأساسية الداعمة، وهيأت المناخات الاستثمارية الملائمة على مختلف الأصعدة، مثل الأنظمة والتشريعات والقوانين، وارتفاع مستوى الوعي البيئي والوعي السياحي العام، إضافة إلى تجاوز المعوقات التي تواجه ازدهار السياحة البينية العربية. علما أن عوامل الجذب السياحي الأساسية الذي يتمتع بها الوطن العربي لا تتوفر لأماكن أخرى في العالم، فهو بموقعه الجغرافي الاستراتيجي من المحيط الأطلسي غرباً إلى الخليج العربي شرقاً ومن حوض المتوسط شمالا إلى خط الاستواء جنوبا يحتل موقع القلب وهمزة الوصل بين قارات العالم، ويبدو أن هذا الأمر لم يخف على

المسؤولين العرب فهم يتابعون عن كثب كل ما تحتاجه السياحة العربية البينية من خلال مجموعة من المنتديات والمؤتمرات والفعاليات[٥٩]

وسنحاول ذكر بعض عوامل و مناطق الجذب الهامة في صناعة السياحة العربية بشكل عام

١- العوامل و المقومات الطبيعية :

إن المكونات غير الحية للبيئة (المحيط المائي، الجوي ، اليابس) تلعب دوراً بارزاً في عمليات التنمية السياحية . فالبحار و البحيرات و الأنهار و الشلالات و الآبار و العيون الطبيعية و المعدنية، و المناطق الجبلية، تعتبر بمثابة المادة الأولية الرئيسة التي تدخل في العملية الإنتاجية لصناعة السياحة أو أنها تشكل منتجات سياحية من عمل الطبيعة لا دخل للإنسان في تطويعها أو توزيعها الجغرافي و لا في حجمها . فعلى سبيل المثال تعتبر التضاريس و المغارات و الكهوف الطبيعية و الشواطئ و السواحل و سفوح الجبال نقاط جذب سياحي من الدرجة الممتازة للسياحة الطبيعية و البيئية .بينما تكمل المقومات الحية مثل (تنوع حياة النباتات الطبيعية و الحيوانية) المشهد السياحي ليصبح أكثر إثارة في تشكيل و تنشيط الظاهرة السياحية. و من جهة أخرى تشكل الظروف الجوية و حالة المناخ و الطقس لجهة القصد السياحي نوع آخر من المغريات المناسبة لرحلات العطل و الإجازات المتوسطة و الطويلة .

و للموقع الجغرافي بمختلف أنماطه تأثيرات متباينة على صناعة السياحة ، حيث يعتبر الموقع الجغرافي أحد أهم عوامل نجاح التنمية السياحية، من حيث الاختيار الموفق لموقع المشاريع السياحية . و تتنوع أنماط الموقع الجغرافي من حيث قربها و بعدها عن دوائر العرض و الطول، أو من حيث التوزيع الجغرافي للسكان و كثافتهم ، أو من حيث توفر خطوط نقل أو التقاء عدد من طرق النقل سواء كانت طرق سيارات أو سكك حديدية ،إذ تتباين قيمة الموقع الجغرافي لدول العالم تبعاً لمستوى تمتعها بطرق و وسائل النقل المختلفة فالموقع الجغرافي الجيد لبعض الدول ساعد في رواج صناعة السياحة ، لسهولة اتصالها بالعالم الخارجي ، و الأمثلة كثيرة عن المقومات الطبيعية للدول العربية لغناها بها : من جبال لبنان المشهورة و مغارة جعيتا إلى جبال سورية التي يميزها هو إطلالتها على البحر، و سهولها و غاباتها و

---

[٥٩] -العرياني،أحمد، البنى التحتية والمقومات البشرية والطبيعية وحدها لا تكفي لتذليل معوقات السياحة العربية البينية وتنويع مصادر الدخل،الجزيرة نت،٢٠٠٨.

مغاراتها المنتشرة ،إلى تونس الخضراء.[٦٠] و تعتبر المغرب من أهم البلدان العربية التي تستقطب السياحة الجبلية من جميع أنحاء العالم [٦١]

٢ – العوامل الدينية :

وهي الأماكن المقدسة التي تعتبرمحجاً للملايين من الزائرين ،قد تكون ذات صبغة روحانية لمجموعة من الناس ، أو رمزاً لمرحلة أو لقضية ، أو شاهداً على حدث أو مكان ديني ، ومن هذه المناطق نذكر مكة المكرمة التي هي حجة دينية للملايين من المسلمين ،تحولت إلى واجهة سياحية و قبلة للسياح في كل مكان ،والقدس الشريف الذي يعتبر مقصداً روحياً و دينياً و سياحياً للملايين من المسلمين والمسيحيين من أنحاء العالم ، يزوره الناس لإقامة الصلوات في المناسبات الدينية، كما توجد مراقد الأنبياء (عليهم السلام) و الصحابة الكرام في كل من العراق و الأردن و السعودية و إيران وسورية (كمقام السيدة زينب رضي الله عنها في دمشق، الذي يؤمّه الآلاف من الزائرين كل يوم من كل مكان).

نظرا" لتميز المراكز الدينية بكونها معالم تاريخية ذات تأثير عاطفي ووجداني ، لذا فإنها تعد من أكثر المناطق المقصودة بالزيارة،فهي عبارة عن عنصر جذب سياحي لأعداد غفيرة من الزائرين،وبالرغم من تميز السياحة الدينية باستمراريتها وبتأثرها الطفيف بمستوى الدخل أو التقلبات المناخية إلا أن كثافة الطلب تزداد وتتركز في المناسبات الدينية المهمة، ففي سورية تعتبر الأماكن الدينية الموجودة فيها عوامل جذب هامة للسياح العرب و الأجانب بحسب ما أثبتته الدراسات الميدانية لعوامل الجذب السياحي في سورية[٦٢].هذا يجعلنا ندرك ضرورة الاهتمام الجاد في توفير مصادر تمويل للاستثمار السياحي الديني،إذ يعد النقص في الموارد المالية من أهم المقومات التي تؤثر على إمكانية تطوير وتوسيع المشاريع السياحية، ولا شك حينئذ في أن الناتج القومي سيكون أكثر ضعفا" ولا سيمـــا إذا علمنا أن قطاع السياحة الحيوي مندمج ومتداخل في الاقتصاد الوطني ،وبالرغم من أن الاستثمار في مجال السياحة الدينية قد لا يأتي بالربح المناسب بشكل فوري و مباشر ، ولكنه سيقدم فيما بعد وبشكل غير مباشر مردودا" عاليا".بسبب كون الاستثمار السياحي وسيلة مهمة لتطوير قطاعات أخرى متصلة بالاقتصاد القومي ،ويعد الاستثمار السياحي الديني استثمارا" مبررا" ويستحق العناء من خلال فائدته للمجتمع والعوائد والوفورات الاقتصادية المتحققة جراء قيام المشروع بتأمين

---

[٦٠] سلطاني ، حميد ،مرجع سبق ذكره.
[٦١] دليل المستثمر السياحي ومنشورات وزارة السياحة في سوريا ، ٢٠١٠
[٦٢] أحمد،أحمد،تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية(دراسة ميدانية)،رسالة ماجستير ،جامعة تشرين،سورية،ص٣٥ ,٢٠٠٧.

فرص العمل ،وتأسيس المشاريع الاجتماعية الخدمية من طرق وجســور ومراكز صحية وغيرها،علاوة على توثيق الصلات الثقافية والحضارية بين جموع الزائرين .[٦٣] وتشير تقديرات منظمة السياحة العالمية إلى أن أكثر من ٣٠٠مليون شخص في جميع أنحاء العالم ، يقومون بزيارة المواقع الدينية في العالم كل عام ، و تشكل السياحة الدينية لعام ٢٠٠٨نسبة ١٢% من السياحة في سورية .[٦٤]

٣- العوامل الترفيهية :

غالبا ما يشار إلى هذا النوع من السياحة في وسائل الإعلان السياحي ، وهذا النوع من السياحة يشتمل على التزلج على الجليد و السباحة و الصيد و الغولف و الاستمتاع بأشعة الشمس ، و كافة أنواع الرياضة التي تمارس في أثناء الإجازات ،بالإضافة إلى الحدائق و الملاعب و حدائق الحيوانات و المحميات الطبيعية و المراكز الرياضية وقد تكون في مناطق طبيعية أو غير طبيعية . وهي بلا شك تزار من قبل الكثير من الناس للاستمتاع و اللهو[٦٥] . وقد بدأت الكثير من الدول تبني هذه الصروح لجذب السياح مثل محميات الحيوانات في الأردن و تلفريك جونيه وجبيل (لبنان) فقد أحتل لبنان المرتبة الأولى بين البلدان بالسياحة الشتوية لعام ٢٠١٠ ،حيث حقق في شهري شباط و آذار أرقاماً في نسبة السياح الذين زاروا لبنان من أجل السياحة الشتوية وسياحة التزلج بسبب الظروف المناخية و الأمنية المناسبة حيث بلغ عدد السياح الزائرين لبنان في شهر شباط ١٢٨٧٦٤سائح ، ٦٤٠٥٠منهم من الدول العربية ، و غالباً ما يقوم مخططو السياحة بانتقاء عدد من جهات القصد لتحويلها في أذهان السياح ملاذاً للترفيه و المتعة و الاسترخاء[٦٦] . ومع وصول عدد المسافرين في العالم في عام ٢٠٠٨إلى ٩٢٤ مليون مسافر، فقد أشارت الإحصاءات إلى أن أكثر من ٥١%من حجم السياحة العالمية هي بهدف الاستجمام و الترفيه .و يأتي السائح الخليجي في المرتبة الخامسة عالمياً من حيث الاستقطاب السياحي في العالم ، و تعتبر السوق الخليجية من أهم الأسواق السياحية لسياحية الاستجمام و الترفيه في الدول العربية .[٦٧]كما حصلت سياحة الاستجمام على النصيب الأكبر من حجم السياحة الوافدة إلى سورية ،فقد وصلت نسبة السياح القادمين إلى سورية بهدف الاستجمام إلى٤٧%،و هذا ما يبرر التركيز على هذا النوع من الاستثمارات السياحة في سورية حالياً و مستقبلاً.

---

[٦٣] -أبو أحمد،رضا،صاحب،د ،سماكة،علي محمود ، وادي السلام بين الواقع الفعلي و الاستثمار المستقبلي،العراق،٢٠١٠.
[٦٤] -دليل المستثمر السياحي ،منشورات وزارة السياحة ،٢٠١٠.
[٦٥] - الطائي حميد ، مرجع سبق ذكره.
[٦٦] - أبو عياش . عبد الإله . الطائي ، حميد . ٢٠٠٤ ، التخطيط السياحي ، مدخل استراتيجي ، عمان ، مؤسسة الوراق ، ص ١٦٢-١٦٣.
[٦٧] -دليل المستثمر السياحي، منشورات وزارة السياحة ،٢٠١٠.

٤-العوامل التاريخية :

وهي المناطق التي تحتضن الحضارة التاريخية و الشواهد الشامخة من آثار تماثيل قديمة، و كذلك المتاحف والمراكز الفلكلورية . وهذه جميعها تمثل ذكريات تاريخية مرئية لحقب من الحضارات القديمة ، وهي تستقطب السياح الذين يتطلعون إلى هذه الشواخص بنوع من التفاخر و الاعتزاز ، فزيارة هذه المدن التاريخية توفر للإنسان فهماً جيداً للحضارات التي ازدهرت و اضمحلت ، ولبعض السياح تعتبر السياحة التاريخية متعةً لا تضاهيها متعة [٦٨].و لكن هذه المناطق التاريخية تحتاج دائماً لصيانة مستمرة و تنقيب خوفاً من اندثارها لأنها تمثل ثروة وطنية قومية لا يمكن تعويضها ، ومن هذه المناطق نذكر :مدينة بابل الأثرية في العراق، الأهرامات في مصر ، ومدينة البتراء في الأردن ، و بعلبك في لبنان ، و جرش في تونس ، وبصرى و أوغاريت في سورية ، و مدينة دمشق التي تعتبر أقدم عاصمة في العالم و قد احتلت في عام ٢٠٠٩ مرتبة سابع مدينة سياحية في العالم . إذاً هذه المدن خالدة لا تموت بل تتجدد بتغير جلدها في صورة الحفريات التي لا تتوقف في كل مكان ذي خلفية تاريخية ، حيث إن العديد من مدن العالم تحتوي على العديد من الأبنية القديمة ذات الطراز المعماري الفريد الذي يعكس حضارة الشعوب ، و يضيف الكثير إلى جمالية و سحر و هدوء بيئة هذه المدن ، و إن العديد منها مستمر حتى يومنا هذا يجذب المجاميع السياحية ، و هي تحتم على أي فرد مار بها احترامها و إظهار إعجابه بهاو بالفترة الزمنية التي تمثلها [٦٩].

و يأتي دور جغرافيا المدن ضمن هذا النوع من العوامل حيث يعتبر القرن الثامن و التاسع و العاشر الميلادي مرحلةً مهمةً في إنشاء المدن التي أسسها العرب في العالم الإسلامي في زمن الخلفاء الراشدين و زمن الدولة الأموية و العباسية حيث تطور بعضها حتى أصبح مدناً كبيرة كالبصرة و الكوفة و القاهرة و النجف و كربلاء و قرطبة ، و قد تشكل تركيبة هذه المدن الإسلامية حالةً فريدةً في تخطيطها و طريقة تطورها، بحيث أصبحت بحد ذاتها عامل جذب سياحي مهم للعديد من المجاميع السياحية الباحثة عن الأصالة و اكتشاف الحياة الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية التي مرت بها الحضارة العربية و هي في عز و أوج عظمتها .

و لقد استخدم بعض من هذه المفردات التراثية و الأثرية لتصبح جزء مكمل لمفردات النسيج الحضري لنشأة العديد من المدن العربية ، ففي مدينة بغداد مثلاً جرى تغيير وظيفة بعض

---

[٦٨] - الطائي ، حميد ، مرجع سبق ذكره .
[٦٩] - الحميري و الحوامدة ، مرجع سبق ذكره .

الأبنية التراثية مثل خان مرجان ليصبح مطعماً فاخراً و بديكور و طريقة تقديم طعام تراثية ، و بشكل يواكب احتياجات حركة السياحة العصرية مع الاحتفاظ بشخصية و عبق الماضي . أما في الأردن فموقع وظيفة مطعم كان زمان في العاصمة عمان و قرية طيبة زمان قرب البتراء و حارة جدودنا في محافظة مأدبا أمثلة أخرى لهذا النوع من الأبنية التاريخية و التراثية ذات الوظيفة السياحية و الترويحية، حيث بلغ عددها في مدينة عمان وحدها حوالي العشرين . بينما بلغ عدد الأبنية التراثية المستخدمة لأغراض حكومية في سوريا أكثر من ٣٠٠ موقع كالبيوت الشامية القديمة في دمشق التي حولت إلى فنادق و مطاعم يتمتع السائح بسحرها،و الحمامات القديمة و سوق الحميدية و الحارات القديمة التي تحولت إلى متاحف لفن العمارة و الأعمال التراثية الفنية. ومن جهة أخرى هناك العديد من المواقع الأثرية ذات الشهرة العالمية بلغت حسب إحصاء منظمة اليونسكو أكثر من ٥٠٠ موقع في ١٠٥ دولة أضيف إليها مؤخراً موقع مدينة البتراء الأردنية (المدينة الوردية) ، و قد تم تصنيف هذه المواقع بحسب قدمها و بقاياها الأثرية إلى ثلاثة مستويات يشتمل المستوى الأول على ٢% فقط من مجموع المواقع الأثرية في العالم يقع معظمها في الوطن العربي .[٧٠]

٥- العوامل الصحية و العلاجية :

بدأت المراحل الأولى من عملية التطوير السياحي في مناطق الجذب السياحي الطبيعي التي تتمتع بالحمامات و الينابيع المعدنية التي يؤمّها السياح من جميع أنحاء العالم لأغراض المتعة و البحث عن الصحة و الاستشفاء مثل حمامات ماعين و مياه البحر الميت في الأردن التي تعد منتجات طبية علاجية طبيعية ، وهناك مناطق جذب من صنع الإنسان صممت خصيصاً لأغراض السياحة الاستشفائية تجذب السياح من كل أنحاء العالم ،كما توجد مراكز صحية سياحية تقدم خدماتها للباحثين عن الرشاقة ، و هي مراكز تقع ضمن المراكز الصحية الطبية الاستشفائية و قرب عيون المياه المعدنية الطبيعية ، وكان للتقدم الطبي أثره الكبير في تنامي مثل هذه المناطق و غالباً ما يرافق المرضى الأقارب و الأصدقاء، حيث يتدفقون بأعداد كبيرة على مثل هذه المراكز[٧١] .

فالبحر الميت يتميز بشمسه الدافئة على مدار العام ،و هي من النوع غير الضار بصحة الإنسان، كما أن التركيبة الملحية و المعدنية الغنية بالمعادن لمياهه تعتبر من أهم مصادر العلاج الذي يتوفر بإشراف خبراء مختصين في مراكز العلاج الطبيعي .

---

٧٠ - الحميري و الحوامدة ،الجغرافيا السياحية، مرجع سبق ذكره ص ٢٦-٢٧-٢٢٨.

٧١ - أبو عياش ، الطائي ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٦١ .

وحمامات ماعين التي تشتهر بمنتجعها و عيادتها الطبيعية في عمان ، و التي تقدم العلاج للمصابين بالأمراض الجلدية ، و آلام المفاصل و العظام و العضلات و الدورة الدموية .

وحمامات عفرا على بعد ٢٦كم من مدينة الطفيلة في الأردن ، تمتاز ينابيعها بحرارتها و احتوائها على المعادن وتفيد في معالجة العقم و تصلب الشرايين و فقر الدم و الروماتيزم ، و قد تم إنشاء مراكز للخدمات السياحية و مطعم و عيادة طبية .

الحمة الأردنية : تقع شمال الأردن ، و قد أقيم فيها منتجع يقدم كافة الخدمات السياحي و العلاجية و يضم مركزاً لعلاج الأمراض الصدرية و التهابات الجهاز التنفسي وأمراض الجهاز العصبي و أمراض المفاصل و الأمراض الجلدية، و تتوفر فيه كافة الخدمات العلاجية و السياحية . أما في سورية ، فإن أهم مواقع السياحة العلاجية : حمامات الحمة الحارة، حمامات الشيخ عيسى ،نبع أفقا،حمام الملكة زنوبيا، الدريكيش ، حمامات النبع المكبرت، و تشتهر سورية بالمنتجعات التي أقيمت في بعض هذه المواقع، حيث يبلغ عدد السياح الذين يقصدون سورية للسياحة العلاجية ٥% من عدد السياح الإجمالي الداخل إلى سورية ،و حسب إحصائيات وزارة السياحة في سورية لعام ٢٠٠٩، بلغ عدد السياح الإجمالي ٦٠٩١٠٠٠سائح منهم ٣٠٤٥٥٠سائح للسياحة العلاجية.[٧٢]

٦- العوامل الثقافية :

وهي عبارة عن الطريقة التي يعيشها مختلف الناس ، وبيئة العمل و اللهو و العبادة ، حيث توجد العديد من الثقافات و الحضارات التي تتميز بالإدارة بحيث استحقت على إعجاب السياح من مختلف أنحاء العالم ، و بالتالي فإن السفر للاطلاع على طراز الحياة المختلفة يمثل نوعاً من السياحة الثقافية . إن السياحة الثقافية توفر الفرصة للإطلاع على ما كانت عليه حياة الناس و ثقافاتهم و حضاراتهم في الأزمنة القديمة ، فالزيارات إلى بيوت الشخصيات البارزة التي أثرت التاريخ مثل(الشاعر نزار قباني الدمشقي الذي عاصر حقبةً سياسيةً حافلةً بالأحداث ، و جمال عبد الناصر الذي وحد سورية و مصر ، والرئيس حافظ الأسد الذي اعتبر شخصيةً قياديةً تاريخية، والثوار العرب الذين سطّروا تاريخاً من النضال ٠) تعد من أنواع السياحة الثقافية ، و كذا الحال فيما يتعلق بزيارة متحف الشمع في لبنان الذي ضم شخصيات هامة .و زيارة القرى التراثية التي مازالت تعيش على الطراز القديم البسيط (بعض القرى الريفية الفلكلورية الموجودة في محافظة اللاذقية في سوريا) و زيارة محافظة القنيطرة المحررة في

[٧٢] - دليل المستثمر السياحي، منشورات وزارة السياح و ٢٠١٠.

سورية التي تعد مرجعاً مرئياً بل كتاباً مفتوحاً للخراب الصهيوني في الأماكن المحتلة، و الأهرامات التي هي حضارة كاملة و ثقافة شاملة . يمكن القول إن كل موقع أثري أو مكان تاريخي هو قصة شعب و حضارة و مكان ، و الوطن العربي غني بتراثه الثقافي الذي يغري الملايين من السياح لزيارته و الاستمتاع بثقافاته.

٧- العوامل الاجتماعية :

تعد عملية تعزيز أواصر العلاقات بين الأصدقاء و الأقارب من الدوافع الرئيسة للسياحة . فالعديد من السياح و المسافرين يزورون أصدقاءهم و أقاربهم بشكل دوري ، و لهذا فإن الأصدقاء و الأقارب يوصفون بمناطق جذب سياحي خصوصاً عندما تكون الزيارات على نطاق واسع ، و في العديد من الدول مثل مصر و لبنان تشجع الحكومة الجاليات لتبادل الزيارات [٧٣]. ويجب أن يكون هذا شأن جميع الدول العربية التي يجب أن تقدم تسهيلات للأقارب و الأصدقاء العرب بين الدول العربية بحكم الروابط الأسرية المتأصلة منذ الأجداد وبحكم العلاقات التاريخية ، حيث نجد أفراد العائلة الواحدة منتشرون في عدة دول عربية كما في سورية و لبنان ، حيث يدرس أبناء القرى اللبنانية المتواجدة على الحدود السورية في مدارس سورية ،و يتزاوج أبناء القرى من الطرفين من بعضهم البعض فتصبح العائلة الواحدة منتشرة على جانبي الحدود ومع هذا يحتاج المواطن العربي إلى تأشيرة دخول و جواز سفر وأحيانا فيزا و موافقات أمنية قاسية . في حين أن سورية و تركيا يفتحان الحدود للأقارب و الأصدقاء في عيدي الفطر و الأضحى المبارك ،و يزور الأهالي أقاربهم في الدولتين دون الحاجة إلى جوازات سفر أو جمارك و رسوم جمركية .فكيف يحدث هذا التقارب و التساهل بين دولة عربية ودولة تركيّة، ولا يحصل بين دولتين عربيتين متداخلتين مع بعضهما، و لو بشكل مؤقت ، أو في مناسبة أو احتفال ما.

٨- الضغوط على الودائع العربية في البنوك الأجنبية :

اكتسبت السياسة المالية في الآونة الأخيرة أهميةً كبيرةً وخصوصاً بعد أن ازداد تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي ،وكان من نتيجة ذلك أن ازدادت الآثار التي تنشرها السياسة المالية على عموم الاقتصاد بالإضافة إلى السياسة النقدية .تعتبر السياستان المالية والنقدية وسيلتين فعالتين في الرقابة الاقتصادية العامة، وتدخل هاتان السياستان في التأثير على عموم الاقتصاد، وبما أن أقطار الخليج العربي ذات اقتصاديات غير متنوعة تعتمد على إنتاج وتصدير النفط

[٧٣] ـ أبو عياش ، الطائي ، مرجع سبق ذكره، ص ١٦١

بصورة رئيسة وهي اقتصاديات مفتوحة على العالم الخارجي، وتتجه أغلب تجارتها نحو الأقطار المتقدمة، لذا فإن جانباً كبيراً من مواردها المالية يستثمر في أسواق النقد والمال الغربية . إن وجود شركات ومؤسسات أجنبية عاملة في أقطار الخليج العربي أدى إلى لجوء الأفراد والمؤسسات للتعامل مع تلك المؤسسات لغرض الاقتراض والإيداع مما رفع من نسبة الودائع الجارية تحت الطلب مقارنة بنسبة العملة في التداول إلى عرض النقد ،وهذا بدوره يعني أن جزءاً كبيراً من العملة المتداولة سوف يتجه نحو المصارف مما يعني ازدياداً في احتياطيات البنوك.

وبالتالي يرفع هذا من قابلية الإقراض لدى البنوك التجارية للمؤسسات الاقتصادية المختلفة وهكذا فإن مرونة عرض النقد في الأقطار الخليجية خلافاً للاقتصاديات النامية الأخرى لا ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمرونة إصدار العملة.

إن عمليات القطاع بما فيها زيادة الاستثمار والايداعات في الخارج تمارس تأثيراً انكماشياً في السيولة المحلية حيث إن جزءاً كبيراً من هذه السيولة يتسرب إلى الخارج إما لتسديد قيمة الواردات من السلع والخدمات أو لاقتناء الأصول الأجنبية، كما أن ارتفاع أسعار الاستثمار في الخارج ارتفاعاً حاداً أدى إلى تسارع معدلات التحويلات الرأسمالية نحو الخارج ،وبالتالي زيادة الضغوط على سيولة البنوك التجارية . تميل سياسة الائتمان المصرفي في دول مجلس التعاون الخليجي نحو تفضيل الائتمان التجاري خاصة في قطاع التجارة الخارجية وذلك للسيولة العالمية التي تتمتع بها البنوك في تلك الأقطار مما أدى إلى أن تحتفظ تلك البنوك باحتياطيات نقدية سائلة كبيرة ومتقلبة، كما أن مستوى أسعار الفائدة القصيرة الأجل السائدة في مراكز النقد الرئيسة في أوروبا والولايات المتحدة واليابان خاصة سعر الإقراض في سوق اليورو دولار والناجم عن وجود بنوك أجنبية كثيرة في هذه الأقطار يجعل حركة الائتمان فيها وبالتالي حركة رؤوس المال متصلة بشكل وثيق بالأوضاع السائدة في أسواق النقد والمال الغربية ،لذلك فإن كثيراً من التقلبات الاقتصادية في أسعار الفائدة مثلاً، وفي الريوع على الأوراق المالية وفي الطلب الأجنبي على الصادرات يتم نقلها إلى الاقتصاديات المحلية من خلال القطاع المالي مما يجعل من الصعب على البنك المركزي عزل الجهاز المصرفي المحلي عن ظروف المراكز المالية الرئيسة ، ويمنعها من إتباع سياسة نقدية فعالة وحضور دائم لعمليات السوق المفتوحة.[٧٤] وكذلك أي أزمة مالية ستحصل في الأسواق الغربية ستؤثر على هذه الأموال العربية الموجودة في البلدان الأجنبية نتيجة الضغوط التي تتعرض لها

---

٧٤ . - VANHOVE.N. *The Economics of Tourism Destination* , Elsevier, Butterworth Heinemann, UK ٢٠٠٥.

البنوك الأجنبية ،و بسبب الأزمة المالية والضغط على الودائع العربية وخفض الفوائد ، كل ذلك دفع رؤوس الأموال العربية إلى هجرة البنوك و عودتها إلى البنوك العربية التي أثبتت صمودها في وجه الأزمة المالية العالمية و خاصة بعد الحوافز التي قدمتها البنوك العربية للمستثمرين العرب لجذب رؤوس أموالهم ومنافسة البنوك الأجنبية في أسعار الفائدة .وقد ذكرت مؤسسة اقتصادية دولية أن مصر من الدول العشر الأقل تضرراً من الأزمة المالية العالمية بسبب التدابير التي اتبعتها في بنوكها و سياساتها الاقتصادية .

الخلاصة : إن عوامل الجذب التي تطرقت إليها الباحثة ، هي جزء صغير من المقومات المتوفرة في الوطن العربي ، و لكن كما ذكرت الباحثة سابقاً " كل شي يمكن أن يكون مكان جذب "لذلك على السائح و المستثمر أن يساهما في عملية تطوير مناطق الجذب من أجل مصلحة الجميع.

المبحث الثاني : العوامل المعيقة للسياحة:

إنّ العوامل المعيقة للسياحة هي نفسها العوامل المعيقة للسفر، ذلك تسعى المؤسسات المختصة لإزالة هذه المعيقات ، من أجل تطوير صناعة السياحة .

١- العوامل البيئية والصحية :

- إن التأثيرات السلبية للسياحة تتمثل في التلوث (الطبيعي و الكيميائي ، السمعي ، الجمالي) الذي تحدثه الحركة و الضوضاء و النفايات و الفضلات و الأوساخ و دخان و عوادم السيارات، فتلوث البيئة و الكوارث الطبيعية تعد من المشكلات الحقيقية التي تواجه صناعة السياحة ، فالغابات مهددة بالتلوث و عبث الإنسان ، مما أثر بالسلب على البنى التحتية و الفرص السياحية في كثير من دول العالم و خصوصاً في البلدان النامية التي تجبرها ظروفها الاقتصادية السيئة على إجهاض الطبيعة ، كما أن التوسع العمراني لتلبية احتياجات السياحة على حساب البيئة ، يتمثل ذلك في التوسع في بناء المطارات و الطرق البرية على حساب الطبيعة و الضغط على موارد المياه (مثال : جزيرة أرواد) وإزالة النبات الطبيعي (مثال : صلنفة) و صيد أو طرد الحيوانات البرية (مثال : البادية السورية) أو تغيير معالم السطح و التضاريس (مثال : المدرجات على سفوح الجبال الساحلية)[٧٥].

- أصبحت السماء مزدحمة بالطائرات لدرجة أن خطوط الطيران السمائي باتت تشكل خطورة على الكثير من شركات الطيران ، فحوادث الطيران أصبحت تتكرر بشكل ملفت للنظر وآخرها الطائرة الأثيوبية التي تحطمت بركابها السياح من جميع الدول(في كانون الثاني ٢٠١٠) التي سقطت فوق أرض لبنان ،ومات جميع ركابها والتي شكلت كارثة إنسانية سياحية.

الأمر الذي يتطلب إيجاد حلول لمشكلة الازدحام المروري في الجو من خلال رسم مسارات جديدة أكثر أمانا و بناء طائرات و مطارات أكثر أمانة و سلامة .

- الأمراض المعدية و الفتاكة في بعض بلدان الشرق الأوسط و أسيا أدى إلى حرمان السياح من التمتع بالعطلات و الإجازات . إن الأوبئة و الأمراض تعد من أبرز العوامل الطاردة للسياح. بالإضافة إلى الجريمة التي تتمركز في المناطق النائية ذات الطبيعة الخلابة و الغابات أدت إلى انحسار النشاط السياحي

---

٧٥ - كافي ، مرجع سبق ذكره .

٢- العوامل الاجتماعية :

السياحة منشط اجتماعي متعدد الأبعاد ، و ينبغي أن يتم ضبطه و ترشيده ليخدم أهداف المجتمع و يسعد أفراده ، لا ينبغي لأي دولة أن تهمله فينجرف أو تتركه فينحرف . فهو ليس نشاطاً فردياً فحسب بل هو مسؤولية المجتمع و الدولة الذي ينبغي أن ييسر ممارسته لأفراده في إطار الخدمات الاجتماعية و الصحية التي يقدمها لهم ليجنوا ثماره (والمجتمع معهم) و يتجنبوا شروره ،فنتيجة الفوارق الاجتماعية والعادات والتقاليد المتناقضة أحيانا بين السياح والسكان الأصليين لأي منطق سياحية، قد يحدث صدمات اجتماعية و تصادمات شبابية بسبب التساؤلات عن الموروثات الأخلاقية والدينية مما قد ينتج عنه :

- زيادة التدهور الأخلاقي إلى حد انتشار البغاء و الجريمة

- استغلال السائح من قبل بعض مواطني الدولة للحصول على أكبر فائدة و بأسرع طريق

مضايقة السكان للسياح و بالعكس .

- زيادة الفوارق الاجتماعية وظهور طبقة الخدم بشكل أكبر و انتشار المهربين .

٣- العوامل السياسية :

حيث تشكل العوامل السياسية إحدى المحاور الرئيسة التي حرمت منطقة الشرق الوسط من الظهور بشكل يليق بقدراتها و إمكانياتها على خارطة السياحة العالمية ، و تعد العوامل السياسية الأكثر تأثيراً على القطاع السياحي في الوطن العربي خاصة بعد الأحداث الأخيرة في الولايات المتحدة الأمريكية (أحداث ١١ أيلول عام ٢٠٠١) و انتفاضة الأقصى عام ٢٠٠٣ و الاعتداءات المستمرة على الشعب الفلسطيني و التي حرمت المنطقة من كل أنواع السياحة نسبياً و خاصة السياحة البعيدة حيث انخفضت بمعدل ٨٠% في الدول العربية و الإسلامية .

٤-العوامل الاقتصادية :

أ- حيث انتشار الفقر و انخفاض نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي (بالأسعار الجارية) وتشير الإحصائيات إلى أن نسبة سكان الوطن العربي الذين يبلغ متوسط دخلهم الشهري ٣٠

دولار يشكلون حوالي ٢٢% من مجموع السكان الكلي ، أي بواقع ٦٢ مليون نسمة ، بينما يبلغ نسبة المواطنين الذين يتراوح دخلهم الشهري ما بين ٦٠_ ١٥٠ دولار حوالي ٥٢% من سكان الوطن العربي بواقع ١٤٥ مليون نسمة .[٧٦]

ب- بالإضافة إلى ضعف البنية التحتية الخاصة بالقطاع السياحي ، حيث تشكل البنية التحتية من مياه و صرف صحي و طرق نقل بكافة أنواعه البري و البحري و الجوي عنصراً أساس في تنشيط السياحة ، و تشير الإحصائيات و الأرقام بأن الوطن العربي بحاجة خلال العشر سنوات القادمة إلى أكثر من ٣٠٠ مليار دولار للنهوض بالبنية التحتية ،و تشير الإحصاءات أيضاً بأن الأسطول الجوي العربي يشكو من قلة عدد طائراته الكون من ٣٩٦ طائرة ، ٥٤% منها نوع بوينغ نقلت حوالي ٣٨ مليون راكب ، بينما استطاع مطار شيكاغو وحده نقل حوالي ٦٠ مليون مسافر خلال عام ١٩٩٦. فضلاً عن أن الوطن العربي لا يملك سوى ٥٨٣٠ عربة قطار تضم ٧٨٠ ألف مقعد بواقع مقعد لكل ٣٤٦ شخص ، بينما تكون النسبة في الاتحاد الأوربي مقعد لكل ١٢٣ شخصاً.[٧٧]

ج- عدم ظهور العرب على الخارطة العالمية كتكتل اقتصادي : هذا الوطن الذي تبلغ مساحته ١٤ مليون متر مربع و الذي يشكل ١١% من مساحة العالم، و فيه ٣٠٠ مليون نسمة ، و يحتوي على أكثر من ١٠٠ ألف موقع سياحي تتوفر فيه درجة الأصالة و العراقة ، و مع كل ذلك فإن هذه القدرات و الإمكانات الكبيرة لا تتناسب و مكانته الاقتصادية . إلا أن ظهور الوطن العربي كتكتل اقتصادي أو كسوق عربية مشتركة في المستقبل من شأنه أن يدعم اقتصاد البلاد العربية ، و يجنّبها العديد من الأزمات و المشاكل ،و يرفع من حصتها من الفرص المتاحة في السوق العالمي ، علماً أن التكتلات الاقتصادية أصبحت الأداة الرئيسة للتعامل مع العولمة ، و لا مجال للعمل بشكل فردي .

د-العوامل التسويقية و الإدارية :

ضعف التسويق للمنتج السياحي العربي : حيث يعد التسويق النشاط التصديري الوحيد للمنتجات السياحية ، فضلاً عن أنه يلعب دوراً كبيراً في تصريف الثروات السياحية و إعادة بيعها لأكثر من مرة ، و لكن على الرغم من تشابه هذا المنتج في العديد من الدول العربية لازالت العديد من الدول العربية تسوق منتجها السياحي بصيغة التنافس و ليس التكامل ،و تشير الإحصائيات و الأرقام بأن الوطن العربي ينفق على الترويج ٤٥ مليون دولار، وهو

---

٧٦ - الحميري ، موفق عدنان ، الحوامدة ، نبيل زعل ، مرجع سبق ذكره ص ١٧٩.
٧٧ - الحميري ، الحوامدة ٢٠٠٦ ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٧٩ .

مبلغ قليل و متواضع مقارنة بأستراليا التي تنفق لوحدها ٨٨ مليون دولار و إسبانيا و بريطانيا ٧٩ مليون دولار لكل منهما ، و فرنسا ٧٣ مليون دولار و إسرائيل ٣٢ مليون دولار .

هـ- صغر حجم المؤسسات السياحية العربية : على الرغم من التطور الحاصل نسبياً في المؤسسات السياحية العربية من فنادق و مطاعم و منتجعات ،. إلا أن هذه المؤسسات لا زالت تعاني من سوء الإدارة و ضعف مستوى خدماتها مقارنةً مع المؤسسات السياحية الأخرى في الأسواق الدولية ، فلا زالت أكثر من ٧٠% من المشاريع السياحية العربية هي مشاريع صغيرة ، بحيث إن هذه المؤسسات لا تعادل مبيعات مطعم واحد في الدول المتقدمة . فضلاً عن أن عدد الغرف الموجودة في السلاسل الفندقية مثل Hilton, Sheraton , Marriott , Holiday inn, يساوي ٧٤٩٤٧٨ غرفة و هي تفوق الطاقة الاستيعابية لفنادق الشرق الأوسط و شمال إفريقيا و منطقة شرق أوربا المتوسطة ،علماً أن صغر المشروعات في ظل الظروف العالمية يفترض أن تعطى الفرصة لإتباع استراتجيات الاندماج فيما بينها ، لتكون وحدات أقوى و أكثر فعالية بما يضمن قدرتها على المنافسة و تقديم حزمة متكاملة من الخدمات السياحية .

و- الإجراءات المعقدة و الروتينية : و التي تتمثل بالحواجز و التعقيدات التي توضع أمام السائح العربي من المساءلة و الانتظار لفترات طويلة وصلاً إلى الإجراءات المشددة لمنح تأشيرات الدخول .[٧٨]

٥-الوضع الأمني :

إن بعض أعمال العنف و الصراعات الداخلية التي تحدث في بعض البلدان العربية ، قد خلقت أوضاعاً غير مستقرة مثل أحداث دارفور في السودان، و أحداث الشغب التي يقوم بها إخوان المسلمون في بعض الدول العربية مثل مصر و السعودية .

- كذلك أدى الوضع الأمني غير المستقر عربياً و دولياً إلى حدوث ضغوط على الودائع العربية في البنوك الأجنبية ،وهذا يعني ضغوط على الاستثمارات العربية خارجياً.

الخلاصة: إن العوامل المعيقة للسياحة التي ذكرتها الباحثة هي مشاكل حقيقية موجودة في المجتمع العربي، تعيق جميع أنواع الاستثمارات و ليس السياحية فقط، و لكن المسؤولين يحاولون القضاء على هذه العوامل من اجل حماية و دعم الاستثمار.

---

٧٨ _ الحميري و الحوامدة ، مرجع سبق ذكره ,ص ١٨٠- ١٨١

و قد تطرقت الباحثة إلى عامل هام و مؤثر على السياحة الدولية ،حيث اختلفت مع المختصين في اعتباره عامل جذب للاستثمار أم معيق،لذا قررت اعتبر النبذ الغربي للسائحين العرب من عوامل الجذب و الإعاقة.

المبحث الثالث :النبذ الغربي – الأمريكي للسائحين العرب و خاصة بعد ١١أيلول :

إن السياحة الدولية من أكثر الأنشطة تأثراً بالأحداث العالمية و الإقليمية ، فالسياحة الدولية هي الجزء الأكثر حساسية في النشاط الخدمي الدولي ، و التي لا يمكن أن تصبح مستقرة إلا في إطار عالم يتمتع بالهدوء و السلام من جهة و بحالة من النمو الاقتصادي المنتظم من جهة أخرى ،و لقد تعرض العالم لحوادث عديدة خلال النصف الثاني من الثمانيات و التسعينات من القرن العشرين و إلى الوقت الحالي مازالت الحوادث مستمرة . من خطف طائرات خلال قيامها برحلات دولية و خطف و قتل سياح أبرياء في بلدان مختلفة ، و انتشار أعمال الإرهاب في عدة دول ، صاحب هذه الأحداث العالمية في النصف الأخير من التسعينات نمو اقتصادي متباطئ في عديد من الدول المتقدمة و بالتالي في الحركة السياحية ،إلى أن كانت أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ في الولايات المتحدة الأمريكية ، التي كانت أشبه بزلزال عنيف ، و كان رد الفعل الغربي و الأمريكي عنيفاً في شدته على منطقة الشرق الأوسط و العرب خصوصاً ، فقد كان لعنصر المباغتة أثراً غير عادي على حركة السفر و السياحة ليس فقط بالنسبة للأمريكيين بل و للعالم بأكمله ، فقد أظهرت البيانات الخاصة بالطيران و شركات السياحة قيام عدد كبير من السائحين بإلغاء حجوزاتهم في شركات الطيران و الفنادق و قطع الكثير من السياح سياحته الخارجية ،و عادوا إلى بلادهم فانهارت بذلك الثقة فجأة في الطيران ، وهو الوسيلة الأولى للتنقلات السياحية الدولية . وتحول اتجاه الرحلات السياحية الدولية إلى السياحة الداخلية الأكثر أماناً، وبالتالي من الآثار السلبية لهذه الأحداث (١١أيلول٢٠٠١) كمية التدابير الأمنية المتشددة التي اتخذتها السلطات الجمركية الأمريكية ، وتبعتها في ذلك السلطات الرسمية في الإتحاد الأوربي بالنسبة للقادمين من الخارج عموماً (سائحين أو غير سائحين) وخصوصاً للأشخاص القادمين من بلدان عربية و إسلامية، نظراً لأن الاتهام كان موجها في أحداث سبتمبر إلى المسلمين المتشددين ، فإنه كان متوقعا أن تؤثر في النشاط السياحي لبعض أبناء البلدان العربية الذين اعتادوا منذ أواخر ستينات القرن العشرين قضاء إجازاتهم في أوربا الغربية و أمريكا اللاتينية ، و قد أظهرت بيانات منظمة السياحة العالمية أن انخفاض أعداد السائحين القادمين من بلدان عربية و إسلامية إلى الولايات المتحدة على أثر الأحداث تتراوح بين ٤٠%و ٦٠% بالمقارنة بمتوسط يصل إلى نحو ٢٠% بالنسبة لإجمالي السائحين القادمين من الخارج عموماً، و هكذا تحولت نسبة متزايدة من السائحين العرب إلى استبدال أمريكا وبعض بلدان أوربا الغربية (التي اتبعت سياسات متشددة مع القادمين من دول عربية و

إسلامية) ببلدان أخرى عربية و شرق أوسطية ،فانتعشت بذلك السياحة العربية البينية و الإقليمية على حساب السياحة الدولية[٧٩] .

- درج بعض الاقتصاديون على اعتبار النبذ الغربي للعرب عاملاً جاذباً للسياحة العربية البينية، ولكن نستطيع القول بعد كل ما جرى بعد أحداث سبتمبر أن ما حصل لم ،و لن يكون في مصلحة العرب لأن خسائره كانت كبيرة وواضحة داخلياً و خارجياً و إن حصدنا لوقت قصير بعض المزايا .

- لقد لعب الإعلام الغربي خصوصاً و الإعلام العالمي عموماً دورا خطيرا في الإساءة إلى العالم الإسلامي و العربي ، و ذلك بالإشارة المستمرة إلى أن الإرهابيين الذين قاموا بالتفجيرات في ١١ سبتمبر ينتمون إلى بلدان عربية و إسلامية ، و تسبب هذا العامل وحده بالإساءة إلى السياحة الدولية في البلدان العربية و الإسلامية بشكل خطير . أما السياحة العربية - العربية لم تتأثر إلا بشكل بسيط جداً، لاقتناع أهل البلدان العربية بأن الاتهامات التي ألقيت جزافاً على العالم الإسلامي ، و بلدانهم ليست صحيحة.

إن العوامل التي تولدت في ظروف المناخ السياحي العالمي المليء بالغيوم بسبب كل تلك الأحداث ، و تسببت بتغيير اتجاهات الطلب السياحي العالمي من بلدان لصالح بلدان أخرى ، و من منتجات سياحية إلى منتجات سياحية أخرى كانت لها آثار ايجابية عوضت عن غياب السياحة الدولية الغربية و الأمريكية للمنطقة العربية ، بسياحة عربية بينية متنامية بشكل ملحوظ، وإن كان لوقت قصير.

٢,٣,١) الاستثمار العربي بعد أحداث١١ أيلول:

تعرضت الاستثمارات العربية في الدول الأجنبية لانتكاسة كبيرة بعد أحداث أيلول في الولايات المتحدة الأميركية التي اتهم فيها على الفور العرب والمسلمون، وتركزت التأثيرات الاقتصادية لتلك الأحداث في النقاط التالية:

- صودرت بعض الاستثمارات العربية لمجرد الاشتباه.

تعرضت الاستثمارات الأخرى في أسواق المال العالمية لهزات عنيفة خاصة بعد أن تراجعت أسعار الفائدة على الدولار ١١ مرة في عام ٢٠٠١ وحده.

---

٧٩ - د. حسين ، جليلة . ٢٠٠٦، دراسات في التنمية السياحية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ص ٢٠٣ - ٢١٨

انخفضت بشكل ملحوظ الاستثمارات المباشرة القادمة إلى الدول العربية.

ارتفعت تكاليف الاقتراض لدى كثير من الدول العربية.

كل ذلك أدى إلى تراجع النمو في الدول العربية بنحو ٤% عام ٢٠٠١، وإلى نحو ٣.٦% عام ٢٠٠٢ . وتُوقع أن يصل هذا المعدل في تونس والمغرب ما بين ٥ - ٦% وفي كل من الأردن ومصر ٢.٣٣ - ٣.٩% وفي دول الخليج ما بين ٢.٥ - ٥%. أما عن حجم الخسائر العربية في الأسواق المالية الغربية بعد تلك الأحداث فهو غير معروف لأن أصول هذه الأموال غير معلنة وغير معروفة على وجه الدقة ،كما لا يعرف أيضا حجم الأموال العربية العائدة في أعقاب تلك الأحداث، وكانت أكبر تأثيرات تلك الأحداث على قطاعي النفط والسياحة .[٨٠]

٢,٣,٢) انخفاض عائدات السياحة:

ولم تسلم بقية القطاعات بما فيها السياحة من الضرر الذي لحق بها بعد أحداث سبتمبر، فقد خسر الاقتصاد المصري على سبيل المثال ٥٠% من إيرادات السياحة التي تمثل واحدة من أهم إيرادات الدولة. وخسر الاقتصاد التونسي ٢٢% من جملة إيرادات السياحة لديه. أما عن قدرة أسواق المال العربية على استعادة هذه الأموال المهاجرة، فالأمر يحتاج إلى جانب إزالة أسباب معوقات الاستثمار السابقة، إلى فترة زمنية تشعر فيها الأموال المهاجرة بحتمية العودة إلى الاستثمار داخل الوطن ،وهناك من الاقتصاديين من يرى أن المطالبة بعودتها الآن ربما يكون فيه من العاطفة أكثر من النظرة الاقتصادية رغم ما في هذه المطالبة من أهمية إستراتيجية ، ويؤكد ضرورة اختيار التوقيت المناسب للعودة حتى تستعيد تلك الأموال بعضا مما خسرته من بعد الأحداث، وإلى أن يأتي هذا التوقيت المناسب فإنه لا أحد يستطيع حث هذه الأموال على العودة إلى أوطانها مرة أخرى أكثر من الحكومات العربية التي بيدها الخيوط التشريعية والاقتصادية والمناخ السياسي المستقر والمطلوب .[٨١]

---

٨٠ - عبد العاطي ، محمد ، الاستثمارات العربية في الخارج ، الجزيرة نت،٢٠٠٤.
٨١ - عبد العاطي ، محمد ، الاستثمارات العربية في الخارج ، الجزيرة نت www.aljazera.net، ٢٠٠٤

الفصل الثالث: واقع الاستثمار السياحي في سوريا و مستقبله :

المبحث الأول: واقع السياحة في سوريا:

المبحث الثاني الاستثمارات القائمة

المبحث الثالث: دراسة إحصائية لواقع الاستثمارات السياحية العربية البينية في سوريا:

المبحث الرابع: مستقبل العلاقات السياحية السورية و العربية البينية

الفصل الثالث : واقع الاستثمار السياحي في سوريا و مستقبله :

مقدمة:

إنّ السياحة في سورية متنوعة باختلاف المناطق حيث توجد السياحة البحرية في الساحل السوري، وسياحة المناطق الأثرية التي تنتشر في كل مكان من سوريا مثل تدمر ، بصرى، القلاع في الجبال الساحلية، قلعة جعبر على الفرات ، و من أبرز أوجه امتيازات السياحة السورية كرم الضيافة وسهولة الإجراءات اللازمة للدخول إلى الأراضي السورية ، بالإضافة إلى إبراز خصائص المنتج السياحي السوري من حيث جمال الطبيعة التي تتنوع بين بيئة جبلية وبحرية وصحراوية وعراقة الآثار التي تضم العديد من الحضارات التي تعاقبت وتركت أوابدها شامخة. يضاف إليها الترحاب الذي يلاقيه السائح عند المعابر الحدودية. وعوامل الأمان في سوريه حيث يمكن للسيّاح التجوال ليلاً أو نهاراً دون خوف على حياتهم أو أموالهم ،وسهولة التنقل بوجود الخرائط السياحية التي توصله بيسر وسهولة إلى المقصد الذي يريده ،فالشعب السوري شعب يتميز بحسن الضيافة وبالبشاشة التي يلاقيها السائح في سوريه ،.

وإن كان حدث تطور في قطاع السياحة في السنوات الأخيرة ، فإن ذلك يعد خطوة من خطوات كثيرة يجب قطعها وبسرعة لترقى صناعة السياحة في سوريه إلى المستوى الذي تستحقه.

المبحث الأول: واقع السياحة في سوريا:

إذا كان تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر قد سجل نقاطاً إيجابية لصالح السياحة السورية أكثر من النقاط السلبية وكان متفائلاً، وقد تمثلت النقاط الإيجابية باحتلالها المرتبة ٧٦ من أصل ١٧٦ بلداً بالترتيب المطلق لعام ٢٠٠٨ متقدمة درجتين على ترتيب عام ٢٠٠٧و الذي كان ٧٨، والمرتبة ٤٨ كمساهمة نسبية في الاقتصاد الوطني متقدمة ١٣ درجة عن٢٠٠٧ حيث كانت في المرتبة ٦١[٨٢]، فإن تقرير تنافسية السفر و السياحة الدولية لعام ٢٠٠٨ قدم مؤشرات مفاجئة، وهنا تأتي مسؤولية وزارة السياحة التي قدمت البيانات و الأرقام للجهات المسؤولة، في توضيح مدى دقة وموضوعية هذه البيانات، إذ تشير بيانات التقرير المذكور إلى أن السياحة السورية تأتي في المرتبة ٩٤ عالمياً من أصل ١٣٠ دولة تناولها التقرير بالبحث، وهو بلا شك موقع متأخر قياساً بالمقومات السياحية السورية التاريخية والطبيعية، وما تفرضه من مكانة متقدمة لها وقياساً بالبيانات والأرقام المعدة من قبل وزارة السياحة حول الاستثمارات السياحية وأعداد السائحين. ولتكتمل المفاجأة تقدم البيانات معلومات خطيرة حيال موقع السياحة السورية في الخريطة السياحية العربية، وبالتالي فإن سورية في العام ٢٠٠٨ كانت ضمن آخر ٣٩ دولة في التقرير، مع مجموعة من الدول الأفريقية وغيرها ،التي ينظر إليها تنموياً على أنها من أشد الدول تخلفاً مثل: كينيا،والأخطر من ذلك أيضاً أن هناك دولاً مثل سيرلينكا، والسلفادور، وبيرو، ومقدونيا، وناميبيا، وفيتنام، وغيرها من باقي الدول الصغيرة تتقدم على سورية ما بين ١٥ إلى ٢٠ مرتبة في تقرير عام ٢٠٠٩، كما أنها مصنفة بمستوى التنمية الثاني، أي أنها متجاوزة سورية بكثير وفق مؤشرات التقرير، علماً أن الناتج المحلي الإجمالي لجميع الدول السابقة مقوماً بالدولار أقل من الناتج المحلي لسورية البالغ ٥٤.٨٠٣ مليار دولار، كما أن الأردن على سبيل المثال الذي يبلغ ناتجه المحلي الإجمالي ٢٠ مليار دولار تقّدم على سورية بـــ٤٤ مرتبة في عام ٢٠٠٨، مما يدل على أن حجم الاقتصاد لا علاقة له بتنافسيته[٨٣].

و يؤكد التقرير أن سوريا حلت عربياً بالمرتبة ١١ من أصل ١٤ دولة متقدمةً على الجزائر وليبيا وموريتانيا فقط، ومتأخرةً عن قطر الأولى في القائمة، ثم تونس، الإمارات، البحرين، الأردن، مصر، المغرب، عمان، السعودية، الكويت على التوالي. وتبعاً: فإنّ هذا الكلام ينطبق

[٨٢]- غصن،زياد، ٢٠١٠مفاجآت غير سارة في تقرير التنافسية السياحية،مجلة أبيض و أسود ،العدد٢٦٣،ص رئيسية،سوريا،.

[٨٣] -أسد،أيهم ، ٢٠٠٩،تراجع ترتيب ١٤سورية٤١مرتبة على تقرير التنافسية العالمي لعام ٢٠٠٩،مجلة قاسيون،سورية.

على موقع سورية في تقرير تنافسية السفر و السياحة للأعوام ٢٠٠٩,٢٠١٠، إذ احتلت في العام ٢٠٠٩ المرتبة ٨٥، و في العام ٢٠١٠ المرتبة ١٠٥[٨٤].

إن موقع سوريا المتأخر تبعاً للبيانات يطرح سؤالاً جدياً حول مكامن الخلل في قطاع السياحة والسفر السوري، وفي محاولة للاطلاع على مكامن الخلل رغم الإمكانات السياحية المتاحة نعرض موقع سوريا في تقرير التنافسية في بعض المؤشرات الفرعية لعام ٢٠٠٨: ففي المؤشر الذي حمل عنوان الأنظمة والقوانين(الإطار التنظيمي) حصلت سوريا على المرتبة ٧٤ بمجموع علامات وصل لنحو ٤.٢٦ نقاط من ٧ نقاط، ووزارة السياحة تتحمل جزءاً كبيراً من المسؤولية، فالخطوات التي تحدثت عنها قبل عدة سنوات عن تعديل بعض الأنظمة والقوانين كقانون مكاتب السياحة والسفر وغيرها لم تثمر بعد عن تشريعات جديدة متطورة، ففي كل مناسبة تقدم الوزارة حججاً أصبحت غير مقبولة ولاسيما بعد تعديل قانون الاستثمار وتعديل وزارة المالية للتشريعات والقوانين.

فيما المؤشر الثاني والذي يخص البنية التحتية لقطاع السياحة والسفر حصلت سوريا على المرتبة ١٠٤ بمجموع نقاط بلغ نحو نقطتين من أصل سبعة نقاط، وهذه أيضاً كانت طيلة السنوات السابقة محور حديث حكومي لم يتبلور بشكله المرجو، فإذا كانت وزارة السياحة تسعى لتحسين البنية التحتية للسياحة فإن عدم تعاون الجهات العامة الأخرى المعنية بشكل مباشر أو غير مباشر يجعل كل الخطط متقوبة ولا تأتي بالنتائج المرجوة.

أما المؤشر الثالث الذي حمل عنوان الموارد البشرية و الثقافية ،فقد حصلت فيه سورية على المرتبة ٩٥، و قد تطرق البحث إلى هذه المشكلة قبل ذلك إذ أثبت البحث سابقاً : أن أغلب الدول العربية و حتى التي احتلت مراتب متقدمة في مؤشر تنافسية السفر و السياحة ، تعاني من مشكلة الموارد البشرية غير المؤهلة جيداً، و هناك مؤشر فرعي يمكن أن الاستعانة به يتعلق بتنافسية الأسعار في قطاع السياحة والسفر، وقد حصلت سوريا فيه على المرتبة ٦٦ وبمجموع نقاط بلغ نحو ٤.٧ نقاط من أصل سبعة نقاط، وهنا تكمن مفارقة غريبة، فكما هو معروف سوريا ما تزال أسعار السلع والخدمات السياحية فيها أرخص من بعض دول الجوار، إلا أن وجود حالة من التفرد والاحتكار في بعض خدمات المنشآت طيلة السنوات السابقة خلق حالة من الاستغلال السعري، فمثلاً تكلفة برنامج سياحي لعائلة في اللاذقية ليومين أو ثلاثة(لا

---

[٨٤] تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية٢٠٠٨.

يقل عن ٢٥٠٠٠) يكفي لرحلة عدة أيام إلى مدينة تركية قريبة وبجودة عالية من الخدمات أو رحلة إلى مصر، بمعنى أن تفاوت جودة الخدمة والسعر خلق حالة من الفراغ غير المبرر.[٨٥]

ثمة خطوات إيجابية مهمة حققتها السياحة السورية خلال السنوات الأخيرة، وإن كان معظمها انصب في جانب الاستثمار وتوسيع بنية الخدمات السياحية ،وهذا ما لا يمكن لأحد إنكاره، إلا أن ما هو مطلوب لتحسين ترتيب وموقع السياحة السورية على الخريطة العالمية ما يزال بمثابة عبء ثقيل لا يمكن لوزارة السياحة أن تنهض به دون تعاون ومساندة الجهات العامة والخاصة الأخرى لمهامها وواجباتها، فإعادة تخديم المواقع الأثرية السياحية بمواصفات عالمية ورفع سوية خدمات البنية التحتية من وسائط نقل والتعامل مع هذا القطاع فعلياً كقطاع استراتيجي مهم ليست سهلة .

و لمعرفة أسباب هذا التراجع لموقع سورية في تقرير التنافسية السياحية العالمية فلا بد من دراسة واقع السياحة و الاستمارات السياحية في سوريا .

١,١,٣) واقع الاستثمار السياحي:

يرتبط تطور الاستثمار السياحي في سورية، وإقبال المستثمرين والمطورين عليه، بعوامل أساسية، منها ما يتصل بغنى المقومات والمصادر السياحية، أو باستقرار الطلب على السياحة السورية واستدامة عناصر نموه، ومنها ما يتصل بالالتزام الحكومي بتوفير شروط استدامة العرض والطلب، سواء كان ذلك من خلال مجمل محاور عمل الفريق الحكومي عمومًا، والتنسيق بينها، أو وزارة السياحة خصوصًا، وقدرتها على إدارة توازن محاور عملها المتداخلة والمتشابكة، بما يكفل أن يتوازن نمو الاستثمارات السياحية مع نمو عدد السياح والأطر البشرية المؤهلة، وأن تكون الإيرادات السياحية محققة لعناصر الجدوى الاقتصادية لتلك الاستثمارات، ولعناصر نجاح المعادلة الأمثل بين الجودة والسعر، في إطار من الأداء الاقتصادي العام المتفاعل، والمحقق للنمو المستدام.

وقد شكل ملتقى سوق الاستثمار السياحي الأول الذي عقد في دمشق بين ٢٣ و ٢٥ نيسان ٢٠٠٥ أول محطة هامة للإقلاع بالاستثمار السياحي في سورية، كما أسهمت جملة القرارات والإجراءات التي اتخذها المجلس الأعلى للسياحة قبيل انعقاد الملتقى، في خلق بيئة استثمارية جاذبة كانت محط اهتمام مئات المستثمرين والمهتمين الذين شاركوا فيه، ليس لكونه قدم نموذجًا في التحضير المسبق لمواقع المشاريع، وفي تجاوز الروتين والصيغ الجامدة في إجراءات

---

[٨٥] -غصن،زياد مرجع سبق ذكره.

التعاقد فحسب، بل لأنه عكس رغبة الحكومة في رسم ملامح أجواء استثمارية جديدة، تتناغم مع الإصلاحات الاقتصادية، والتوجه نحو اقتصاد السوق الاجتماعي، وتقديم تسهيلات إضافية للمستثمرين في هذا القطاع الذي يحقق قدرة تنافسية عالية .

وأتى انعقاد ملتقى سوق الاستثمار السياحي الثاني في الفترة من ٢٦ إلى ٢٨ نيسان ٢٠٠٦ وإقبال المستثمرين السوريين والعرب والأجانب على حضوره ترسيخاً لمسيرة الاستثمار السياحي ولثقة المستثمرين بالاقتصاد السوري عموماً، وبالسياحة السورية خصوصاً . فيما أسهمت قرارات المجلس الأعلى التي صدرت قبيل انعقاده في ترسيخ ملامح البيئة الاستثمارية السياحية الجديدة وتثبيت إرادة الحكومة في إعطاء الأولوية لهذا القطاع الناهض.

كما جاء انعقاد ملتقى سوق الاستثمار السياحي الدولي الثالث، في الفترة من ٢٤ إلى ٢٦ نيسان ٢٠٠٧، وملتقى سوق الاستثمار السياحي الدولي الرابع في الفترة من ٢٩ إلى ٣٠ نيسان ٢٠٠٨ وعرض عشرات المشاريع السياحية الجاهزة للاستثمار وعلى رأسها مشاريع التطوير السياحي الكبرى، ليحقق تتويجاً لنجاح التجربة الأولى في طرح مشاريع سياحية جاهزة ذات جدوى اقتصادية محققة، وإطلاقاً لمرحلة جديدة من تكامل تلك المشاريع مع مناطق التطوير السياحي الكبرى، بما يكفل لسورية تحقيق رؤيتها السياحية في اعتماد السياحة كمحرك أساسي من محركات الاقتصاد الوطني وكأداة رئيسة.

تبين الإحصائيات المتوفرة أنّ هناك تطوراً مضطرداً في الاستثمار السياحي في سورية من بعد عام ٢٠٠٠، و قد بلغ معدل التزايد السنوي ١١.٢٦%[٨٦] و كانت ذروة معدل التزايد الأكبر

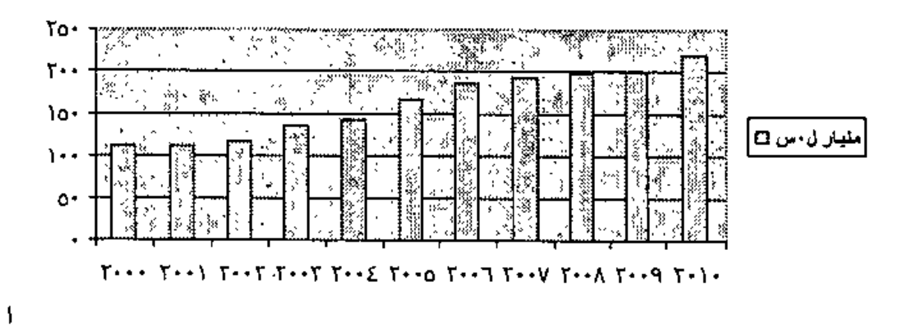
في تلك الاستثمارات بعد عام ٢٠٠٦ ، نتيجة جملة من العوامل و المحفزات ، كان أهمها تشجيع الحكومة للاستثمار السياحي و اعتماد صيغة الملتقيات السنوية للاستثمار للسياحي (ملتقى الاستثمار السياحي الأول في نيسان ٢٠٠٥) أي اعتماد صيغ جديدة للاستثمار السياحي و الترويج الاستثماري المتعلق بإبراز المقومات السياحية ، و المناخ الاستثماري المتميز في القطر في مختلف الأسواق السياحية الخليجية و الأوربية، و دول الاغتراب ، إضافة إلى تحسّن الوضع السياحي المشجّع على الاستثمار و المرتبط بتطور الطلب السياحي المتمثّل بتدفق أعداداً اكبر من السياح إلى سورية. كما انعكست أحداث الحادي عشر من أيلول إيجاباً

[٨٦] دليل الاستثمار السياحي الصادر عن وزارة السياحة ٢٠٠٧.

على استقطاب الرأسمال العربي نحو المنطقة عموماً بسبب خشية المستثمرين العرب على أموالهم المودعة في أمريكا و أوربا من أي إجراءات تمسُّ الودائع العربية.

و المخطط التالي يظهر تطور الاستثمارات السياحية في سورية من ١١١مليار ليرة سورية عام ٢٠٠٠ إلى ١٦٦ مليار عام ٢٠٠٥ ، و من ثم تجاوزت ١٩٨مليار ليرة سورية لغاية ٢٠٠٨ إلى ٢٢٠ مليار عام ٢٠١٠.[٨٧]

الشكل رقم (٤) يظهر تطور الاستثمارات السياحية في سورية من ٢٠٠٠-٢٠١٠



المصدر: إعداد الباحثة اعتماداً على دليل المستثمر ٢٠٠٩-٢٠١٠ وزارة السياحة في سورية

وتتوزع هذه الاستثمارات على المحافظات الستة النشيطة سياحياً وفق التالي :

الجدول رقم (١١) يظهر توزع الاستثمارات السياحية على المحافظات السورية

الاستثمارات	دمشق	ريف دمشق	اللاذقية	طرطوس	حلب	حمص	المجموع	باقي المحافظات
موضوعة بالخدمة	%٢٩	%٢٠	%١٤	%٨	%١١	%٧	%٨٩	%١١
قيد الإنشاء	%١٣	%٢٧	%١٥	%٢٤	%١١	%٦	%٩٦	%٤

[٨٧] دليل المستثمر ٢٠٠٩,٢٠١٠،منشورات وزارة السياحة.

المصدر :تقرير الهيئة العامة للاستثمار، وزارة السياحة ،سورية،٢٠٠٩.

٢,١,٣) عوامل تطور الاستثمار السياحي في سوريا:

استطاعت السياحة في سورية في السنوات الأخيرة أن تحقق ارتفاعاً في عدد القادمين و سياح المبيت ، و المستثمرين من كافة الدول العربية و الأجنبية ، بسبب التطور المسجل في جودة و تناسق عناصر المنتج السياحي ، بالإضافة إلى سياسات الترويج و التنمية السياحية التي تتبعها وزارة السياحة في سورية.

١- المقومات والمصادر السياحية السورية:

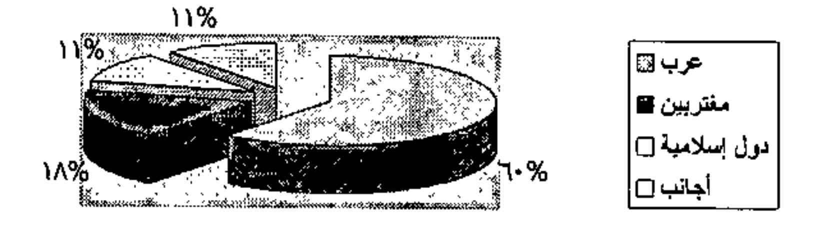
تضم سورية آثاراً أنتجتها عشرات الفترات الحضارية المتواصلة، رسمت بمجملها تاريخ الحضارة الإنسانية، وطبيعة متنوعة بسواحلها وجبالها وغاباتها وباديتها وبحيراتها وأنهارها، ومدنًا هي الأقدم في التاريخ بأسواقها وخاناتها وبيوتها القديمة وحرفها اليدوية، ما جعل سورية تقدم للسياح منتجًا سياحيًا مركبًا جاذبًا وفريدًا، يعتمد على تلك المقومات، وعلى شبكة من المنشآت السياحية المصنفة سياحيًا والموزعة في جميع المناطق التي يؤمها السياح، تعمل فيها أطر بشرية مدربة و لكن بنسب متفاوتة، ليعيش الجميع في أجواء من الأمن والاستقرار، سياحًا ومواطنين، أكسبهم وقوع وطنهم على خط تلاقي طرق التجارة العالمية، واستقبالهم منذ فجر التاريخ لقوافل طريق الحرير القادمة إلى سورية من أربعة أركان العالم . كما توفر سورية للمستثمرين بنية تحتية تسعى وزارة السياحة إلى أن تكون متكاملة، تتشكل من شبكة من الطرق السريعة، والسكك الحديدية، ومن شبكات للاتصالات والمياه والكهرباء تغطي جميع أرجاء الدولة، إضافة إلى ٥ مطارات ثلاث منها دولية، ومؤسسة للخطوط الجوية، تؤمن التواصل مع عدد كبير من الدول العربية والأجنبية.

٢- استقرار السياحة السورية و استدامة تطورها:

أسهم تركيب شرائح السياح القادمين إلى سورية في استقرار السياحة السورية واستدامة تطورها، حيث تجذب المقومات السياحية السورية، والتي تتوزع في جميع أنحاء سورية، السياح العرب وخاصة القادمين من دول الخليج، بما يصل إلى ٦٠ %من مجمل عدد سياح المبيت مع احتساب المغتربين(كنسبة وسطية خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠٠٨)، وهو ما يجعل سورية الدولة الأولى عالميًا في استقطاب السياح العرب، كما ترتفع نسبة نزلاء

الفنادق من دول الجوار، وفي جميع المواسم، بما يحقق ٤٨ %من الليالي الفندقية الإجمالية للعرب والأجانب كنسبة وسطية (خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠٠٨) إضافة إلى ارتفاع نسبة المغتربين السوريين القادمين زيارات سياحية و بشكل متزايد من المُغتَربات، حيث يعيش أكثر من ستة عشر مليونًا سوريين، يشكلون داعمًا رئيسيا لاستقرار السياحة السورية .[٨٨]

الشكل رقم (٤) يظهر توزع السياح القادمين إلى سورية خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٨



المصدر : إعداد الباحثة اعتماداً على إحصائيات وزارة السياحة ،سورية،٢٠٠٩.

٣,١,٣) تأثير الأزمة المالية العالمية على القطاع السياحي في سورية:

لقد حمل العام ٢٠٠٨ منذ بدايته الكثير من التناقضات التي يصعب حتى الآن تقدير نتائجها على المدى القصير والمتوسط،للتنمية الإقليمية المتوازنة ، فقد شهدت الولايات المتحدة منذ خريف العام ٢٠٠٧ ظهورًا لملامح أزمة مالية في قطاع تمويل العقارات بشكل زائد ،وانتقلت إلى قطاعات أخرى، وإلى مختلف أصقاع العالم وصعب التوصل إلى حل لها حتى الآن منتجة تراجعًا في الثقة في الأسواق المالية وانخفاضًا في قيم أسهم الشركات في البورصات و في معدلات السيولة وفي أسعار المحروقات وانحسارًا في الطلب .

[٨٨] ـ آغا القلعة،سعد الله، الاستثمار السياحي في سورية ،وزارة السياحة،٢٠٠٩
http://www.syriatourism.org/new/moudles.php?op=modlood&name-subject&file=idex&req=viewpage&pageid=٦١٠.

أما سورية فلم يظهر أي تأثير للأزمة المالية على القطاع السياحي فيها، فقد استقبلت في عام ٢٠٠٨حوالي ٥.٤ مليون سائح بين عربي وأجنبي ومغترب، ووصل معدل نمو الحركة السياحية إلى ١٥% في عام ٢٠٠٨ نسبة إلى عام ٢٠٠٧ بسبب الحملات الترويجية ، فارتفع عدد السياح العرب بنسبة ١٣ % والأجانب من غير الأوربيين بنسبة ٢٠ % والأوربيين بنسبة ٣٩ %، ولقد بقيت مؤشرات الحجوزات في الفنادق السورية ولدى مكاتب السياحة للموسم ٢٠٠٩ جيدة ،ولم تظهر مؤشرات واضحة على تراجع معدلات تنفيذ المشاريع السياحية الجديدة ، كما تم حجز جميع مناطق الشواطئ المفتوحة التي عرضت في منتدى الاستثمار في اللاذقية الذي عقد في شهر كانون الأول٢٠٠٨ ، وقد بلغت ٨ مواقع للاستثمار، و هذا مؤشر على استمرار اهتمام المستثمرين بالفرص الاستثمارية السياحة المعروضة، و على ثقة المستثمرين في الاقتصاد السوري .[٨٩]

وفي ٢٠٠٩ وصل معدل نمو السياح في الأشهر الثلاثة الأولى من العام، وهي خارج الموسم السياحي الأوربي إلى ٤% + . ولكن نظرة أكثر دقة تبين أن الارتفاع الأفضل أتى من الأسواق الرئيسة والقريبة لسورية :دول الخليج ٢٣ % ، بينما سجل بعض الانحسار في القدوم من الدول البعيدة ومن الدول ذات الإنفاق المنخفض ودول سياحة التسوق، وهو ما يتوافق مع توقعات توجه السياح في الفترة القادمة إلى السياحة الإقليمية .

ويأتي انعقاد ملتقى الاستثمار السياحي العربي الأول في دمشق في الفترة من ٢٨ إلى ٣٠ نيسان ٢٠٠٩وبالتعاون مع المجلس الوزاري العربي للسياحة ومنظمة السياحة العربية، وتحت عنوان **"فرص الاستثمار السياحي العربي في تجاوز الأزمة المالية العالمية"**،من خلال قرار المكتب التنفيذي لمجلس وزراء السياحة العربي إقامته في دمشق (كونها تجربة رائدة على مستوى الوطن العربيفي مجال السياحة) ، كما يأتي انعقاده متزامنًا مع ملتقى سوق الاستثمار السياحي الدولي الخامس، ليحقق نقلة نوعية جديدة، على صعيد السياحة السورية ، من خلال إطلاق إجراءات العمل في استثمار مناطق التطوير السياحي الكبرى لعشرات المشاريع في السياحة البيئية والنهرية والصحراوية والرياضية والثقافية والدينية والترفيهية والشاطئية والصحية والشتوية، وكذلك في سياحة التسوق والمؤتمرات والمغاور والجزر المغمورة وغيرها، والتي ترسم إلى جانب مشاريع الاستثمار في التدريب السياحي والفندقي، ملامح خطة التنمية السياحية

[٨٩] تمهيداً لعقد الملتقى الأول للاستثمار السياحي العربي و ملتقى سوق الاستثمار الخامس-http://www.syriatourism-invest.com/ar/word.php.

الشاملة، المعبرة عن المقومات السياحية السورية الغنية وعن الجهود التي تبذلها وزارة السياحة في سورية.[90]

---

[90] - تقرير الهيئة العامة للاستثمار،التقرير السنوي ٢٠٠٧و ٢٠٠٨ ،هيئة الاستثمار السورية.

المبحث الثاني : الاستثمارات القائمة

شهد الاستثمار السياحي في سورية تطورًا نوعيًا بين عامي ٢٠٠٥ و ٢٠٠٨ ، حيث تجاوزت قيمة الاستثمارات السياحية قيد الإنشاء حاليًا والمتوقع إنجازها حتى نهاية عام ٢٠١٢ والناجمة عن العقود المبرمة من خلال ملتقيات الاستثمار السياحي، أو من خلال اتفاقات التطوير، أو رخص الإشادة السياحية، أربعة مليارات وثلاثمائة مليون دولار، دون احتساب الاستثمارات المتعاقد عليها والتي ستنفذ بعد عام ٢٠١٢ [٩١]، فيما تجاوزت قيمة الاستثمارات السياحية للمنشآت العاملة في الخدمة أربعة مليارات ومئتي مليون دولار، حيث دخلت فنادق جديدة ذات سوية دولية الخدمة خلال الفترة ذاتها، كفنادق فورسيزنز دمشق وشيراتون حلب وشيراتون صيدنايا وسميراميس تدمر وكذلك فندق بلودان التاريخي وقرية النخيل، إضافة إلى عدد كبير من الفنادق التراثية والمنشآت السياحية الأخرى، التي دخلت الخدمة أو ستدخلها لاحقا، كما أطلقت وزارة السياحة مشاريع التطوير السياحي الكبرى لتحقق لدى اكتمالها وضع سورية في المكان اللائق بها على الساحة السياحية الدولية، وتم تأهيل ١٠ شركات عالمية للتنافس على استثمارها، كما تم إنجاز المسوحات الطبوغرافية الخاصة بها واستكمال المخططات التوجيهية الأولية ودفاتر الشروط العائدة لها، إضافة إلى إطلاق الوزارة لأول مرة مجموعة من مناطق التطوير السياحي المتكاملة التي ستشكل نقاط جذب رئيسة في المناطق السورية الواعدة سياحيًا، وعشرات المشاريع الجديدة المواكبة في برامج توظيفها لعناصر التخطيط الإقليمي السياحي، وأشكال النشاط السياحي المعتمدة فيه، حسب المقومات السياحية المتوفرة ومتطلبات الأسواق السياحية الرئيسة للسياحة السورية.

١,٢,٣) بعض المشاريع الاستثمارية التي تم التعاقد عليها خلال ملتقيات الاستثمار: [٩٢]

هناك فرصة كبيرة في أن يبقى الاستثمار السياحي في سورية جاذباً ومحققاً للجدوى الاقتصادية، ووزارة السياحة لديها مشاريع كبيرة قيد الإنشاء والبناء، وهي لا تزال أقل مما تخطط للسياحة ، وإن قيمة الاستثمارات في الخدمة تجاوزت ٢٠٠ مليار ليرة سورية في ٢٠١٠،والاستثمارات قيد الانجاز ٢١٨ مليار ليرة سورية، بما يكفل مضاعفة البنية الفندقية لديها خلال ٥ سنوات، إذاً التوازن بين الطلب والعرض جيد، وما تطرحه من مشاريع هي مشاريع تتوافق مع تضاعف عدد السياح، والجدوى الاقتصادية محققة.

---

[٩١] -دليل المستثمر ،منشورات وزارة السياحة ،٢٠١٠.
[٩٢] -آغا القلعة ،سعدالله ،مرجع سبق ذكره.

١- طرحت وزارة السياحة ١٢٣ مشروع للاستثمار السياحي في الملتقى الاستثماري الذي أقيم في دمشق ، في أيار ٢٠٠٨.[٩٣]

٢- بلغ إجمالي عدد المشاريع السياحية التي تم الترخيص بإشادتها عام ٢٠٠٩ والمشاريع التي دخلت الخدمة خلاله /٣٢٠/ مشروعاً ،مقابل /١٦١/ مشروعاً في عام ٢٠٠٨ بمعدل نمو ٩٨%؛ منها /١١٧/ مشروعاً تم الترخيص بإشادتها في عام ٢٠٠٩ مقابل /٨٢/ مشروعاً خلال عام ٢٠٠٨ بمعدل نمو ٤٣%، و/٢٠٣/ منشآت سياحية دخلت الخدمة في عام ٢٠٠٩ منها /٣٧/ فندق و/١٦٦/ مطعم مقابل /٧٩/ منشأة سياحية ،مرخصة سابقاً ، فيما وصل إجمالي عدد المشاريع المرخصة قيد الإنشاء في سورية إلى /٥٤١/ مشروعاً في نهاية ٢٠١٠.[٩٤]

٣- بلغ مجموع كلفة المشاريع الجديدة التي عرضت في ملتقى الاستثمار السياحي العربي الأول الذي أقيم في دمشق في نيسان ٢٠٠٩ ، والبالغ عددها /٧٣/ مشروع ،بكلفة ٧٤ مليار ليرة سورية، يضاف إلى ذلك الأراضي العائدة إلى وزارة الصناعة التي سيتم عرضها بصيغة الـ B.O.T حيث يسدد المستثمر دفعة من بدل الاستثمار خلال سنوات التنفيذ على أن يخفض بدل الاستثمار طيلة فترة الاستثمار، بالإضافة إلى مشاريع خاصة بمدينة دمشق التي تحمل قيمة معنوية مميزة،وبذلك يكون مجموع ما هو معروض في الملتقى مشتملاً على مناطق التطوير السياحي المتكاملة قد بلغ /١٦٠/ مليار ليرة يُضاف إليها ما سبق عرضه ولم يتقدم له أحد من المستثمرين بقيمة /١٧/ مليار ليرة بشريحة خاصة أُعلن عنها بعد الملتقى[٩٥]

٤- بلغ عدد المنشآت السياحية الموضوعة في الخدمة في الشهر الأول فقط من عام ٢٠١٠ ،/١٠/ منشآت بقيمة استثمارية ٤ر٦٢١مليون ليرة سورية وبواقع ٧١ غرفة و٤١ جناحا و٢٥٠ سريرا و١١٠٢ كرسي إطعام . مقابل خمس منشآت بقيمة استثمارية ٣١٢ر٦٥٠ مليون ليرة سورية بواقع ١١ غرفة و١٨ سريرا و٨٩٢ كرسي إطعام، خلال الشهر نفسه من العام ٢٠٠٩. و هذه المنشآت العشر الموضوعة في الخدمة ،تتوزع في محافظات دمشق

[٩٣] -وزارة السياحة تطرح ١٢٣ مشروع للاستثمار،جريدة الشعب ، ٢٠٠٨
[٩٤] - إحصائيات على موقع وزارة السياحةwww.ministry of tourism-Syria
[٩٥] -وزارة السياحة ،سوريا،تمهيداً لعقد الملتقى الأول للاستثمار السياحي العربي وملتقى سوق الاستثمار الخامس،سوريا،٢٠٠٩.
http://www.syriatourism-invest.com/ar/word.php.

وريفها وحلب وحماة وحمص والرقة، ففي دمشق تم وضع ثلاث منشآت في الخدمة بقيمة استثمارية بلغت ٤ر٣٠ مليون ليرة سورية، وبواقع ١٥٢ كرسي إطعام، كما تم وضع فندق سياحي في محافظة ريف دمشق بقيمة استثمارية تبلغ ٢٩٤ مليون ليرة سورية، وبواقع ٥٦ غرفة و٣٩ جناحا و٢١٠ أسرة، وفي محافظة حلب تم وضع ثلاث منشآت في الخدمة بقيمة استثمارية ٢١٤ مليون ليرة سورية، وبواقع ٨٠٠ كرسي اطعام، بينما تم وضع منشأة واحدة في الرقة ،هي عبارة عن فندق سياحي بقيمة استثمارية بلغت ٥٦ مليون ليرة سورية، وبواقع ١٥ غرفة وجناحين و٤٠ سريراً، وهناك منشأة في حماة بقيمة استثمارية ١٨ مليون ليرة سورية ،وبواقع ٩٠ كرسي إطعام، ومشروع في حمص بقيمة استثمارية ٩ ملايين ليرة سورية، بواقع ٦٠ كرسي إطعام.[96]

افتتاح ٣٦ فندق في الأشهر السبعة الأولى من عام٢٠١٠[97]

دخلت ٢٢٢ منشأة سياحية الخدمة بكلفة ١٤,٥ مليار ليرة وترخيص ٧٨ مشروعاً سياحياً جديداً بقيمة ٢٦ مليار ليرة خلال تسعة أشهر من عام ٢٠١٠

تمّ خلال عامي ٢٠٠٧ و ٢٠٠٨ إعادة تأهيل جميع الفنادق من سوية ٥+٤+٣ نجوم في دمشق وريفها، وتتم المتابعة في المحافظات الأخرى .

٢,٢,٣) الشركات السياحية العربية التي لديها استثمارات سياحية في سوريا

فيما يلي أسماء بعض الشركات الاستثمارية التي لديها مشاريع استثمارية سياحية في سوريا كمثال عن كيفية تعامل هذه الشركات مع المشروع السياحي ، و كيف أن وزارة السياحة في سورية تسهّل عملية الاستثمار ، بالنسبة للمستثمرين العرب و الداخليين بما يتناسب مع إمكاناتهم ، فهي قد تقسم المشروع الاستثماري إلى عدة أقسام ، أو مراحل ، أو لعدة شركات بالاتفاق ، و التعاون .

[96] دليل المستثمر،منشورات وزارة السياحة ٢٠١٠.
[97] ـ أخبار سوريا،وكالة سانا الصفحة الرئيسية ، ٢٠١٠،www.sana.com

جدول رقم(١٢) يتضمن أسماء الشركات الاستثمارية التي لديها مشاريع استثمارية في سوريا عام ٢٠٠٩:

الشركات الاستثمارية	البرنامج الاستثماري	موقع الاستثمار	التكلفة/حسب بيانات وزارة السياحة/
شركة ماجد الفطيم الإماراتية	فندق ٤نجوم/مركز تجاري و ترفيهي/وحدات سكنية	الصبورة- حماه	على مرحلتين: ٧٠٠+٣٠٠مليون دولار
شركة الديار القطرية	فندق وشاليهات ٥ نجوم و فلل فخمة وشقق إشتاء واصطياف فعاليات تجارية	خليج ابن هاني – اللاذقية	٢٢٤مليون دولار
شركة الخرافي الكويتية	مجمع فندقي دولي ٥ نجوم	أرض كيوان في دمشق	٢١٧ مليون دولار
مجموعة نسكو السعودية وشركة الإدارة هي "سويس إن"	تجديد وتأهيل فندق الحياة ٤ نجوم	فندق الحياة دمشق	٣.٩٢ مليون دولار
السادة انتوريست سينارا	مجمع سياحي ٤ نجوم	جول جمال اللاذقية	٣٣ مليون دولار
شركة خدمات الترويج السياحي إحدى شركات شبكة الآغا خان	فندق من الدرجة الدولية ٥ نجوم	دار الحكومة (السرايا الجديدة بحلب	٢١.٧ مليون دولار

المصدر :وزارة السياحة في سوريا ،الاستثمار السياحي في سوريا ،٢٠٠٩

٣,٢,٣) بعض التجارب الناجحة وطنياً في الاستثمارات السياحية العربية البينية:

١- فندق الفورسيزنز في دمشق : بمساهمة وزارة السياحة في سورية ، و محافظة مدينة اللاذقية بنسبة ٣٥%، من رأس مال الشركة ، و شركة الأمير الوليد بن طلال آل سعود و

شركائه (سعودي) بنسبة ٦٥% ، و بلغ رأسمال الشركة (٤,٧٨٨,٠٧٧,٠٠٠) ل.س، و يعتبر المشروع من المشاريع الناجحة بسبب المستوى العالي من البناء ، و الإكساء ، و التجهيز ، و التنفيذ ضمن المدة المحددة.[٩٨]

٢- شركة منتجع أفاميا السياحي باللاذقية "شركة مشتركة طبين مجلس مدينة اللاذقية بنسبة ٢٠%، و الشركة العربية للتطوير العمراني المحددة المسؤولية ٨٠%، و بلغت كلفة الاستثمار ٤٠ مليون دولار.

٣- استثمار فندق شيراتون باب الفرج بحلب ،عبر شركة باب الفرج للسياحة و السفر و بناء و تجهيز و إدارة و استثمار فندق شيراتون باب الفرج بحلب ، شركة مشتركة ،بين : مجلس مدينة حلب بنسبة ٣١%، غرفة تجارة حلب بنسبة ٢٠% ، و شركة الخرافي (كويتية)بنسبة ٢٠%،و باقي الحصص أسهم لمؤسسين آخرين.

---

[٩٨] دليل المستثمر، منشورات وزارة السياحة ، نيسان ٢٠٠٥.

المبحث الثالث : دراسة إحصائية لواقع الاستثمارات السياحية العربية البينية في سوريا:

فروض الدراسة

تحاول الباحثة في هذا الفصل تطوير فروض الدراسة واضعة في الاعتبار الملاحظات التالية:

١- يعد قطاع السياحة قطاع اقتصادي هام، ولكنه يحتاج إلى المزيد من الدعم الحكومي وخاصة القانوني.

٢- صناعة الاستثمار السياح العربي في سورية مازالت ضعيفة على الرغم من توفر مقومات الاستثمار لعدة أسباب تحاول الباحثة في بحثها تحديد هذه المعوقات.

٣- الاستثمار في الأماكن السياحية الثقافية و الدينية، قد يحقق عائدات كبيرة للبلاد إذا أحسنا استغلالها، أكثر من الاستثمار في مواقع أخرى .

٤- الاستثمارات السياحية العربية البينية مازالت دون المستوى المطلوب الذي يلبي حاجات، ويحقق طموح الإمكانات المتاحة (على الرغم من التسهيلات المقدمة من بعض الدول العربية) .

مجتمع البحث:

يتحدّد مجتمع البحث في هذه الدراسة بأصحاب المنشآت الاستثمارية السياحية العربية في سوريا، وهيئة الاستثمار ووزارة السياحة ..

عينة البحث:

عينة عشوائية تم فرضها ١٠٠ شخص تقريبا وكوننا غير قادرين على الحصول على أعداد حقيقة لنتمكن من تطبيق قانون العينة، تشمل عدداً من أصحاب المنشآت الاستثمارية السياحية العربية في الساحل السوري، إضافة إلى عدد من المدراء والموظفين في هيئة الاستثمار ووزارة السياحة تتراوح العينات المأخوذة من ٩٠-١٠٠حسب الفئة الموجه إليها الاستقصاء.

متغيرات الدراسة:

١. **المتغير المستقل:** وهو المتغير الذي تجري دراسة أثره على المتغير التابع، وهو في هذه الدراسة **العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية**. وقد تمّ قياس هذا المتغير من خلال عدة بنود تحدد هذه العوامل.

٢. **المتغير التابع:** وهو المتغير الذي يخضع لأثر المتغير المستقل وهو هنا: الاستثمارات السياحية العربية البينية في سورية.

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: لا تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا:

١. **البيئة الطبيعية**

٢. **البيئة الاجتماعية**

٣. **البنية التحتية**

٤. **البيئة القانونية والقرارات الحكومية**

الفرضية الثانية: لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لمعوقات الاستثمار في سوريا على اتخاذ قرار الاستثمار السياحي

الفرضية الثالثة: لا يوجد تأثير للاستثمار السياحي العربي في سوريا على البلد المستضيف لها(تأثير الاستثمارات السياحية العربية على البلد الذي تستضاف فيه) ونظراً لأنّ هذا المتغير شامل، فقد لجأت الباحثة إلى التعبير عنه أو تجزئته إلى عدد من المتغيرات الفرعية :

- **أثر الاستثمار على التنمية الاقتصادية**
- **أثر الاستثمار على البيئة**
- **أثر الاستثمار السياحي على البيئة الاجتماعية**

تحليل خصائص عينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المستثمرين العرب والعاملين في الاستثمارات العربية في سورية، وفيما يلي الجدول الذي يعرض وصفاً لأفراد عينة الدراسة:

جدول رقم(١٣): توزيع أفراد العينة بحسب المتغيرات الديموغرافية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
١	بلد المستثمر	السعودية	١٥	%١٦,٦
		لبنان	١٠	%١١,١
		الكويت	٣١	%٣٤,٤
		قطر	٢٠	%٢٢,٢
		الامارات	١٤	%١٥,٥
٢	**حدد ما هي طبيعة لمنشأة التي أنشأتها أو ترغب في إنشائها:**	١-منشأة فندقية	٥٠	٤٠%
		٢-مطاعم	٢٠	١٦%
		٣-مول أو منشآت تجارية	٣٥	٢٨%
		٤-مدن سياحية متكاملة	١٥	١٢%
		٥-حدائق أو مدن ألعاب أو ...	٥	٤%
٣	**حدد ما هي سنوات الخبرة المهنية لك في قطاع السياحة**	١-أكثر من ١٠ سنوات	٣٥	٥٨.٣%
		٢-من ٥ حتى ١٠ سنوات	١٥	٢٥%
		٣-أقل من خمس سنوات	١٠	١٦.٦%
	حدد ما هو عدد العمال والموظفين الذين ستستخدمهم في منشأتك	١-أقل من ٢٥	٢٠	١٦.٦%
		٢-أكثر من ٢٦ وأقل ١٠٠	٣٥	٢٩.١%
		٣-أكثر من ١٠١ وأقل من ٤٠٠	٥٠	٤١.٦%
		٤- أكثر من ٤٠١	١٥	١٢.٥%

المصدر:إعداد الباحثة

يبيّن الجدول السابق النقاط التالية:

١- هناك عدد من الشركات العربية التي لها استثمارات سياحية في سوريا من أغلب الدول العربية ، حيث يمكن لكل شركة أن يكون لها عشرات المشاريع في أغلب المحافظات في آن واحد ' أو في فترات متلاحقة

٢-يمكن أن تتركز أغلب الاستثمارات لشركة عربية واحدة ،أو لدولة واحدة فمثلاً حصدت الكويت على أعلى نسبة استثمارات في سورية ٣٤,٤%و و يعود الفضل إلى شركة الخرافي التي لها استثمارات ضخمة سياحية، وفي البنية التحتية في أغلب المحافظات السورية.

٣-تركز أغلب الشركات الاستثمارية على إقامة المنشآت الفندقية حيث نجد ان ٤٠% من المشاريع الاستثمارية هي منشآت فندقية.

٤-يأتي في المرتبة الثانية للمشاريع الاستثمارية هي المولات التجارية لما أصبح لها من أهمية ودور في المناطق السياحية و السكنية لتلبية احتياجات السياح و المستهلكين.

٥-أغلب الشركات الاستثمارية العربية التي تعمل في مجال السياحة هي شركات لها باع وخبرة في هذا المجال حيث إن ٥٨,٣%من الشركات السياحية لديها خبرة أكثر من ١٠ سنوات.

٦-و ما يميز المشاريع الاستثمارية هي قدرتها على تشغيل يد عاملة بكمية جيدة تتناسب مع متطلبات القضاء على البطالة حيث إن ٤١,٦% من الشركات يمكن أن تشغل عدد عمال يتراوح بين١٠١-٤٠٠ و هذا يعود بفائدة كبيرة على المشروع و المجتمع.

الفرضية الأولى: : لا تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا

يبين الجدول التالي أسئلة وجهت للمستثمرين العرب حول عوامل تساعد في اتخاذ قرار الاستثمار السياحي.

تم اختبار T لعينة واحدة one sample test لاختبار ما إذا كان متوسط كل بند من البنود يختلف عن القيمة التي تم افتراضها للمتوسط ٣ (test value =٣) عند درجة الثقة ٩٥% (وهي الدرجة المستخدمة في الدراسات الاجتماعية) ونتيجة الاختبار حصلنا على الجداول التالية:

جدول رقم (١٤) : الإحصاءات الوصفية و اختبار ت

الأهمية النسبية	البيـــان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة	المتوسط	Sig. مستوى الدلالة	T	الفروق
٢	نقاء البيئة من التلوث في المناطق الطبيعية لقلة الاستثمارات فيها	٦	١		٤٣	٤٠	٤.٣٦	.٠٠٠	٥.٨٥٦	دالة إحصائياً
		٦.٧	١.١		٤٧.٨	٤٤.٤				
١	الطبيعة (جبل، بحر، غابات، صحراء...)	١		٢	٣٦	٥١	٤.٥٢	.٠٠٠	٤.٠٩٩	دالة إحصائياً
		١.١		٢.٢	٤٠.٠	٥٦.٧				
٣	الأمان والاستقرار الذي تتميز به سوريا		٣	٤	٤١	٤٢	٣٤.٣	.٠٠٩	٢.٦٥٣	دالة إحصائياً
			٣.٣	٤.٤	٤٥.٦	٤٦.٧				
٤	الشعب والودود والترحيب بالسياح وعدم استغلالهم		٤	١١	٤٥	٣٠	٤.١٢	.٢٤١	١.١٧٧	غير دالة إحصائياً
			٤.٤	١٢.٢	٥٠.٠	٣٣.٣				
٧	البنية التحتية في سوريا (مطارات ونقل وطرق وصرف صحي)	٢	٣٩	٤٢	٧		٢.٦١	.٠٠٠	-٣.٧٠١	دالة إحصائياً
		٢.٢	٤٣.٣	٤٦.٧	٧.٨					
٦	تهيئة مناطق الاستثمار السياحي بخدمات البنية التحتية	٣	٢٧	٤٧	١٣	٣	٢.٩٤	.٠٠٠	-٤.٠٩٩	دالة إحصائياً
		٣.٣	٣٠.٠	٥٢.٢	١٤.٤	٣.٣				
٩	القانون رقم (١٠)المعدل	١	٥٢	٣٢	٣	٣	٢.٥٣	.٠٠٠	-٥.٦٥٣	دالة إحصائياً
		١.١	٥٧.٨	٣٥.٦	٣.٣	٣.٣				

٨	٨	الرسوم الإدارية والمعاملات المصرفية	١	٥٣	٢٦	٩	٢	٢.٥٧	.٠٠٠	-٧.٧٣٤	دالة إحصائياً
			١.١	٥٨.٩	٢٨.٩	١٠.٠	٢.٢				
٩	١٠	الاهتمام الحكومي بالمشاريع المطروحة للاستثمار السياحي	٨	٤٥	٣٥	٢		٢.٣٤	.٠٠٠	-٥.١٩٦	دالة إحصائياً
			٨.٩	٥٠.٠	٣٨.٩	٢.٢					
	١٢	سهولة إجراءات الحصول على التراخيص، عمليات التأسيس	٤١	٢٦	٩	١٢	٢	١.٩٨	.٠٠٠	٥.٦٣١-	دالة إحصائياً
			٤٥.٦	٢٨.٩	١٠.٠	١٣.٣	٢.٢				
	١١	حسن تنظيم حيازة الأراضي الموظفة للمشاريع السياحية	٤٣	١٦	٨	٢٣		٢.١٢	.٠٠٠	٣.٩٩٧-	دالة إحصائياً
			٤٧.٨	١٧.٨	٨.٨	٢٥.٦					
	٥	تفكر في تطوير استثمارك في سوريا	٢	٩	٢٦	٥٣	١	٣.٦٣	.٠٠٠	٢.٣٤٣	دالة إحصائياً
			٢.٢	١٠.٠	٢٨.٩	٥٨.٩	١.١				

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات الاستبيان.

يتضح من الجدول السابق النقاط التالية:

- البند الأول من حيث الأهمية النسبية الطبيعة (جبل، بحر، غابات، صحراء...) بمتوسط ٤.٥٢ وهذا يؤكد أن عوامل الجذب الطبيعية للاستثمار السياحي متوافرة في سوريا من حيث جمال الطبيعة وتنوعها، ويجب استثمار هذه العوامل الطبيعية وتسويقها، وخاصة أنها كانت أعلى البنود أهمية من وجهة نظر المستثمرين لذلك يجب العمل على تسويق الطبيعة السورية لأنها أهم عوامل الجذب.

- البند الثاني من حيث الأهمية النسبية نقاء البيئة من التلوث في المناطق الطبيعية لقلة الاستثمارات فيها بمتوسط ٤.٣٦ وهذا البند يتكامل مع بند عوامل الجذب الطبيعية التي تجذب المستثمرين لأن نقاء الطبيعة وخلوها من التلوث يدفع المستثمرين للاستثمار فيها، كما أنه من الواجب الحفاظ على هذا النقاء لاستمرار بقائه عامل جذب للاستثمار السياحي.

- البند الثالث من حيث الأهمية النسبية شعور الأمان والاستقرار الذي تتميز به سوريا بمتوسط ٤.٣٣ ويؤكد هذا البند أن الأمان والاستقرار من أهم عوامل جذب الاستثمارات.

- البند الرابع من حيث الأهمية النسبية الشعب الودود والترحيب بالسياح وعدم استغلالهم بمتوسط ٤.١٢ وهذا الانطباع الذي يأخذه السائح عندما يزور سوريا أنه شعب ودود

ولذلك يجب العمل على سن قوانين تمنع استغلال السياح سواء في المطاعم أو وسائل النقل أو غيرها بل إبقاء انطباع الود.

- البند الخامس من حيث الأهمية النسبية تفكر في تطوير استثمارك في سوريا بمتوسط ٣.٦٣ وهو فوق المتوسط ٣ أي أن هناك رغبة لدى المستثمرين في تطوير استثماراتهم .

- البند السادس من حيث الأهمية النسبية تهيئة مناطق الاستثمار السياحي بخدمات البنية التحتية بمتوسط ٢.٩٤، ويلاحظ أن قيمة المتوسط هو أقل من المتوسط المحسوب ٣ أي تميل الإجابات لعدم الموافقة على توافر خدمات البنية التحتية في مناطق الاستثمار السياحي.

- البند السابع من حيث الأهمية النسبية للبنية التحتية في سوريا (مطارات ونقل وطرق وصرف صحي) بمتوسط ٢.٦١، تنخفض نسبة تأييد حول توافر البنية التحتية في سوريا، وهذا يجب أن يدفع للعمل على تحسين هذا الواقع كبناء مطارات في المدن السياحية وتحسين أسطول النقل البري والعمل على وضع شبكة من القطارات السريعة لربط كل المحافظات السورية.

- البند الثامن من حيث الأهمية النسبية للرسوم الإدارية والمعاملات المصرفية بمتوسط ٢.٥٧ وهذا يؤكد أن البيروقراطية والروتين هي من العوامل المنفرة للاستثمار.

- البند التاسع من حيث الأهمية النسبية للقانون رقم (١٠) المعدّل بمتوسط ٢.٥٣ ورغم ما يمثل القانون رقم ١٠ وتعديلاته من قفزة في الاستثمار والسياحي خصوصاً فإنه على أرض الواقع هناك العديد من الثغرات والملاحظات التي يجب العمل على تلافيها، لأن القانون عندما يتم تنفيذه بأيد مجموعة بيروقراطية يفقد مزاياه.

- البند العاشر من حيث الأهمية النسبية الاهتمام الحكومي بالمشاريع المطروحة للاستثمار السياحي بمتوسط ٢.٣٤ أي لا يزال الاهتمام الحكومي دون المستوى المطلوب من حيث منح التسهيلات.

- البند الحادي عشر من حيث الأهمية النسبية حسن تنظيم حيازة الأراضي الموظفة للمشاريع السياحية بمتوسط ٢.١٢ وهذا يعني أن هذه الأراضي التي تمنح للاستثمار تكون عليها إشغالات من منشآت ومساكن تضطر الشركات للتعامل معها وأحياناً تخضع للابتزاز وتضطر لدفع مبالغ كبيرة للتسوية خشية توقف مشروعها بالكامل.

- البند الثاني عشر من حيث الأهمية النسبية سهولة إجراءات الحصول على التراخيص، عمليات التأسيس بمتوسط ١.٩٨ وهذا المتوسط يؤكد أن الإجراءات والتراخيص لاتزال أكثر ما ينفّر المستثمرين لأنها إجراءات روتينية وفيها بيروقراطية لذلك يجب العمل على اختصار هذه الإجراءات لأنها تجذب الاستثمارات حيث في دبي يمكن الحصول على كافة التراخيص لإقامة أي مشروع في أي منطقة تحتوي بنية تحتية جاهزة بوقت قياسي.

اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الأولى :

قامت الباحثة باختبار هذه الفرضية : **لا تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا** من خلال اختبارها للفرضيات الفرعية :

1. **البيئة الطبيعية**
2. **البيئة الاجتماعية**
3. **البنية التحتية**
4. **البيئة القانونية والقرارات الحكومية**

اعتماداً على الجدول رقم (١٥).

جدول رقم (١٥)اختبار ت للفرضيات الفرعية للفرضية الأولى:

	المتوسط	الانحراف المعياري	t	مستوى الدلالة
لا يؤثر توافر البيئة الطبيعية على قرار الاستثمار في سوريا	٤.٤٥	١.٣٦٨	٥.٨٥٦	.٠٠٠
لا يؤثر البيئة الاجتماعية على قرار الاستثمار في سوريا	٤.٢٤	١.٠٤٥٠٦	٤.٤٨٥	.٠٠٠
لا تؤثر البنية التحتية على قرار الاستثمار في سوريا	٢.٧٧٥	.٩٧٨٠٠	-٣.٤٧٨	.٠٠١
لا يؤثر البيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار في سوريا	٢.٣٠٨	١.٠٢١٧٠	-٦.١٤١	.٠٠٠

المصدر : من إعداد الباحثة

من الجدول رقم (١٥) يتضح أن مستوى الدلالة للفرضيات الفرعية أصغر من ٠.٠٠٥، لذلك يتم رفض جميع الفرضيات الفرعية للفرضية الأولى، وبالتالي ترفض الفرضية الأولى.

و نقبل الفرضية البديلة التي تقول : تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا.

كما يمكن ترتيب الأهمية النسبية لعوامل اتخاذ قرار الاستثمار كما يلي:

١- البيئة الطبيعية متوسط ٤.٤٥

٢- البيئة الاجتماعية متوسط ٤.٢٤

٣- البنية التحتية متوسط ٢.٧٧٥

٤- البيئة القانونية والقرارات الحكومية متوسط ٢.٣٠٨

يتضح مما سبق، أن أعلى أهمية للبيئة الطبيعية وهذا يعود إلى أن غنى البيئة الطبيعية في سوريا ونقاءها هو عامل جذب كبير للاستثمار السياحي، ولذلك يجب العمل على المحافظة على هذه الطبيعة النقية وتسويقها .

والبيئة الاجتماعية من بيئة اجتماعية طيبة وإحساس بالأمان والاستقرار هي عامل جذب يجب العمل على المحافظة عليه وسن قوانين صارمة تمنع استغلال السياح.

ترى الباحثة أن باقي العوامل التي تؤثر سلباً على قرار الاستثمار هي البنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية التي نالت متوسطات منخفضة جداً هي من العوامل السلبية التي تؤثر على قرار الاستثمار في سوريا سلباً والتي يجب العمل على تحسينها وخاصة أنها تؤثر سلباً على الاستثمار السياحي في سوريا .

اختبار الفرضية الأولى: لا تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا:

٥. البيئة الطبيعية

٦. البيئة الاجتماعية

٧. البنية التحتية

٨. البيئة القانونية والقرارات الحكومية

لدراسة هذه العلاقة قامت الباحثة بتحليل البيانات أثر **(العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية) على قرار الاستثمار السياحي في سوريا** باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS فكانت النتائج كما يلي

جدول رقم (١٦) معامل الانحدار للعلاقة بين أثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية) على قرار الاستثمار السياحي في سوريا

R قيمة معامل الارتباط	R Square مربع معامل الارتباط	Adjusted R Square مربع معامل الارتباط المعدل	Std. Error of the Estimate تعيين خطأ التقدير
.٨٢٠(a)	.٧٤٧	.٧٤٤	.٣٣١

وتدل قيمة معامل الارتباط المتعدد بين **قرار الاستثمار السياحي في سوريا** وبين **العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية)** كمتغيرات مستقلة والتي تساوي ٠.٨٢٠، على وجود علاقة قوية جداً ، ومن ناحية أخرى تشير قيمة معامل التحديد البالغة ٠.٧٤٤ إلى أنه يمكننا نسب ٧٤.٤% من التغيرات الحاصلة في اتخاذ قرار الاستثمار في سوريا لهذه العوامل التي درسناها، وما تبقى يعود لعوامل لم تؤخذ في الحسبان.

جدول رقم (١٧): تحليل تباين خط الانحدار العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية) على قرار الاستثمار السياحي في سوريا

Model		Sum of Squares مجموع المربعات	df درجة الحرية	مربع المتوسطات	F اختبار	Sig. مستوى الدلالة
١	Regression	١٦٤.٨٤٢	٣	٥٨.٢٨١	٣١٤.٤٣٦	.٠٠٠(a)
	Residual	٢١.٦٩٥	٨٩	.١٨٥		
	Total	٢٠٦.٥٣٧	٩٢			
a Predictors: (Constant) (تطوير استثمارك في سوريا) الاستثمار السياحي في سوريا						
b Dependent Variable: (العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية)						

المصدر : من إعداد الباحثة

ومن الجدول (١٧) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية الانحدار، الفرضية الصفرية: الانحدار غير معنوي (لا يختلف عن الصفر)، الفرضية البديلة: الانحدار معنوي (يختلف عن الصفر)، ومن جدول ANOVA نجد أن ٠٠٠ = .Sig وهى أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ لذا سوف يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة وهى أن الانحدار معنوي، وبالتالي توجد علاقة ما بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

جدول رقم (١٨) نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعوامل المؤثرة على قرار الاستثمار السياحي في سوريا

Model	المتغيرات المستقلة	معاملات B قيمة المعامل		Standardized Coefficients	اختبار t	Sig. مستوى الدلالة
		B	الخطأ المعياري	Beta		
١	الجزء الثابت	١.٤٩١	.١٢٤		١١.٩٧٦	.٠٠٠
	البيئة الطبيعيةW١	.٣٢٧	.٠٧٣	.٣٥٧	٤.٤٨٠	.٠٠٠
	البيئة الاجتماعيةW٢	.٤٩٦	.٠٦٨	.٥٨٠	٧.٢٩٨	.٠٠٠
	البنية التحتيةW٣	-.٠٥٧	.٠٢٥	-.٠٦٨	-٢.٢٧٤	.٠٢٤
	البيئة القانونية والقرارات الحكوميةW٤	-.٤٠٧	.٠٧٥	-.٧٦٥	-٥.٧٨	.٠٦٦

ومن الجدول السابق Coefficients تم الحصول على معادلة خط الانحدار المقدرة والخطأ في التقدير لكل معامل وذلك من العمود Unstandarized Coefficients. حيث لتعيين أي من المعاملات يكون معنوياً وسبباً في معنوية تحليل التباين للانحدار ينظر إلى العمود الثالث من اليسار الذي يعطى قيمة .Sig لاختبار معنوي كل معامل على حده. يلاحظ أنه في حالة جميع الإجراءات قيمة sig اصغر من ٠.٠٥ لذا فإن جميع الإجراءات هي سبب معنوية تحليل التباين للانحدار.

وذلك وفق معادلة خطية من الشكل:

Y=١.٤٩١+٠.٣٢٧W١ +٠.٤٩٦W٢-٠.٠٥٧W٣-٠.٤٠٧W٤

حيث أن :   W١هي البيئة الطبيعية .

W٢ البيئة الاجتماعية

W٣البنية التحتية

W٤البيئة القانونية و القرارات الحكومية

الفرضية الثانية: لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لمعوقات الاستثمار في سوريا على اتخاذ قرار الاستثمار السياحي

تعرض الباحثة اعتماداً على الجدول رقم (١٩)، آراء العينة حول **معوقات الاستثمار السياحي في سوريا** من وجهة نظر شركات الاستثمار السياحي.

جدول رقم (١٩): نتائج الاستبيان حول واقع الاستثمار السياحي في سورية (العينة: ٩٠)

البيـــان	لا تطبق	صغيرة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	الانحراف المعياري	Mean المتوسط	Sig مستوى الدلالة	T	الفروق
١. البيروقراطية وصعوبة الحصول على التراخيص	٢	٩	٩	٢٧	٤٢	١.٠٨٩	٤.٠٩	.٠٠٢	١٠.٩٢٨	دالة إحصائيا
	٢.٣	١٠.٣	١٠.٣	٣٠.٣	٤٦.٩					
٢. الخلل بين الجودة والأسعار في الخدمات المقدمة إلى المنشآت السياحية .	٣	٩	٨	٢٨	٤٢	١.١٢٢	٤.٠٨	.٠٠١	١٠.٨٧٣	دالة إحصائيا
	٣.٤	٩.٧	٩.١	٣٠.٩	٤٦.٩					
٣. تعتبر التسهيلات التي تقدمها وزارة السياحة في سوريا لتشجيع المستثمر كافية ومناسبة	٨	١٧	١٧	٢٣	٢٦	١.٣٠٦	٣.٠٥	.٠٠٠	٤.٤٥٤	دالة إحصائيا
	٩.٧	٢٠	١٧.٧	٢٤	٢٨.٦					

٦	٤. مشكلة التمويل المصرفي للمشروعات السياحية في سوريا	٨	١١	١٠	٢٧	٣٣	١.٣٠٦	٣.٧٥	.٠٠٠	٥.٤٩٣	دالة إحصائيا
		٨.٦	١٢.٦	١١.٤	٣٠.٣	٣٧.١					
٤	٥. تضطر لممارسة أساليب غير مشروعة كتقديم الرشاوى والإكراميات.	٦	١٤	٧	٣٢	٣١	١.٢٥١	٣.٧٨	.٠٠٠	٥.٩٥٠	دالة إحصائيا
		٦.٣	١٥.٤	٧.٤	٣٦	٣٤.٩					
	٦. عدم توفر المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين	٥	١٤	٧	٣٨	٢٧	١.١٨٤	٣.٧٦	.٠٠٠	٤.٤٨٠	دالة إحصائيا
		٥.١	١٥.٤	٧.٤	٤٢.٣	٢٩.٧					
	٧. يخدم الإعلام في سوريا الاستثمار السياحي بشكل صحيح؟	٧	٢٠	٧	٢٩	٢٧	١.٣٣٨	٣.٥٤	.٠٠٠	٣.٢٤٦	دالة إحصائيا
		٨	٢٢.٣	٧.٤	٣٢	٣٠.٣					
	٨. تفكر في العزوف عن الاستثمار أو بيع استثمارك	٩	١٨	١٦	٢٢	٢٦	١.٤٤٦	٣.٨٧	.٠٠٠	٤.٦٠١	دالة إحصائيا
		٩.٧	٢٠	١٧.٧	٢٤	٢٨.٦					

المصدر : من إعداد الباحثة

من الجدول رقم (٢٤) يلاحظ أن جميع الأسئلة كانت دالة إحصائياً، ويمكن ترتيب **معوقات الاستثمار السياحي في سورية** تبعاً لأهميتها النسبية كما يلي:

١- إن الأهمية النسبية الأعلى هي للبند رقم ١ (البيروقراطية وصعوبة الحصول على التراخيص)، حيث بلغ متوسط تطبيق هذا البند ٤.٠٩ .

٢- إن البند رقم ٢ (الخلل بين الجودة والأسعار في الخدمات المقدمة إلى المنشآت السياحية) احتلت أهميته النسبية المرتبة الثانية، وبلغ متوسط تطبيق هذه السياسة ٤.٠٨.

٣- إن البند رقم ٨ (تفكر في العزوف عن الاستثمار أو بيع استثمارك) احتلت أهميته النسبية المرتبة الثالثة، وبلغ متوسط تطبيق هذه السياسة ٣.٨٧.

٤- احتل البند الخامس (تضطر لممارسة أساليب غير مشروعة كتقديم الرشاوى والإكراميات) المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية بمتوسط بلغ ٣.٧٨ .

٥- احتل البند السادس المرتبة الخامسة (عدم توفر المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين) وطبق هذا البند بدرجة متوسطة بلغت ٣.٧٦ .

٦- احتل البند الرابع (مشكلة التمويل المصرفي للمشروعات السياحية في سوريا) المرتبة السادسة من حيث الأهمية النسبية.

٧- احتل البند السابع (يخدم الإعلام في سوريا الاستثمار السياحي بشكل صحيح) المرتبة السابعة من حيث الأهمية النسبية، وبلغت درجة ٣،٥٤ وهي درجة متوسطة.

٨- احتل البند الثالث (تعتبر التسهيلات التي تقدمها وزارة السياحة في سوريا لتشجيع المستثمر كافية ومناسبة) أدنى مرتبة من حيث الأهمية النسبية. وبدرجة تطبيق متوسطة بلغت ٣.

يتضح من الجدول السابق أن **معوقات الاستثمار السياحي** في سورية يتصف بما يلي:

١- يتمسك ٧٧.٢% من أفراد العينة أن البيروقراطية وصعوبة الحصول على التراخيص هي أهم ما يميز واقع **الاستثمار السياحي** في سورية.

٢- يؤكد ٧٧.٨% من العينة أن الخلل بين الجودة والأسعار في الخدمات المقدمة إلى المنشآت السياحية هو من العوامل المؤثرة على المنشآت السياحية، حيث لا يوجد ضوابط لأسعار المواد التموينية المقدمة لهذه المنشآت، وكذلك أي نوع من الخدمة تقدم لها تكون جودتها قليلة قياساً للأسعار المطلوبة وهذا يعود لضعف ثقافة ديمومة التعامل عند الموردين السوريين والسعي للربح السريع من هذه المنشآت.

٣- يؤكد ٥٢.٦% أنهم يفكرون في العزوف عن الاستثمار أو بيع استثمارهم وهذا يعود لبعض الممارسات السلبية من بعض الموظفين الحكوميين الذين يستغلون مناصبهم للضغط على أصحاب المشاريع الاستثمارية، ويجب العمل على منع هذه التجاوزات لمنع هجرة الاستثمارات وهروبها.

٤- تضطر ٥٢.٦% لممارسة أساليب غير مشروعة كتقديم الرشاوى والإكراميات لضمان سير معاملاتهم الحكومية. وإن نسبة ٤٧.٤% ترفض دفع هذه الرشاوى مايؤثر سلباً على معاملاهم في المؤسسات الحكومية.

٥- تؤكد ٦٧.٤% عدم توفر المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين، وهذا يسبب فوضى في التطبيق ويعود تفسير هذه القوانين للأشخاص في هذه المؤسسات وليس هناك تفسير موحد لها أو مرجع يمكن العودة له.

٦- يعتبر ٧٠.٩% أن مشكلة التمويل المصرفي للمشروعات السياحية في سوريا لأن المصارف في سوريا لا تعتمد بنوداً ضمن سياساتها لتمويل المشروعات السياحية.

٧- يقول ٧٢% من أفراد العينة أن الإعلام في سوريا يخدم الاستثمار السياحي بشكل صحيح.

٨- تعتبر ٦٢.٣% أن التسهيلات التي تقدمها وزارة السياحة في سوريا لتشجيع المستثمر كافية ومناسبة.

من النتائج السابقة نلاحظ أن معوقات الاستثمار السياحي في سوريا وخاصة البندين الأول والثاني هو أعلى من ٤ أي البيروقراطية والخلل في الأسعار هي أكبر المعوقات. بينما البنود التالية هي جميعها أعلى من المتوسط المحسوب ٣ أي أن جميع هذه المعوقات لها تأثير على قرار الاستثمار.

اختبار الفرضية الثانية:

لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لمعوقات الاستثمار في سوريا على اتخاذ قرار الاستثمار السياحي

جدول رقم (٢٠: اختبار ت للفرضية الثانية

العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة t	Sig. (٢-tailed) مستوى الدلالة
٩٠	٣.٧٦٧٣	.٧٧٦٠٥	.٠٥٨٦٦	١٣.٠٨٠	.٠٠٠

المصدر: من إعداد الباحثة من نتائج تحليل الاستبيان.

من الجدول يتضح أن قيمة t=١٣.٠٨٠ وقيمة t المحسوب (Sig (٢- tailed = ٠.٠٠٠ أقل من مستوى المعنوية المستخدم ٠.٠٠٥ وبالتالي توجد فروق دالة إحصائياً، مما يعني **رفض الفرضية الثانية**: لا يوجد تأثير ذا دلالة إحصائية لمعوقات الاستثمار في سوريا على اتخاذ قرار الاستثمار السياحي **وقبول الفرضية البديلة** التي تقول أنه يوجد تأثير لمعوقات الاستثمار على استمرارية الاستثمار.

دراسة العلاقة بين معوقات الاستثمار والعزوف عن الاستثمار أو بيع الاستثمارات المنشأة

جدول رقم (٢١): الارتباط الخطي للعلاقة معوقات الاستثمار والعزوف عن الاستثمار أو بيع الاستثمارات المنشأة

Std. Error of the Estimate تعيين خطأ التقدير	Adjusted R Square مربع معامل الارتباط المعدل	R Square مربع معامل الارتباط	R قيمة معامل الارتباط
.٢٧٠	.٨٩٧	.٩٠٠	.٩٤٩(a)

تدل قيمة معامل الارتباط المتعدد بين **العزوف عن الاستثمار أو بيع الاستثمارات المنشأة** كمتغير تابع، و**معوقات الاستثمار** كمتغيرات مستقلة والتي تساوي ٠.٩٤٩، على وجود علاقة قوية جداً، ومن ناحية أخرى تشير قيمة معامل التحديد البالغة ٠.٨٩٧ إلى أنه يمكن نسب ٨٩.٧% من التغيرات الحاصلة في العزوف عن الاستثمار في سوريا بالتغيرات في معوقات الاستثمار المحددة، وما تبقى يعود لعوامل لم تؤخذ في الحسبان كمعوقات أخرى غير معروفة أو معلنة.

جدول رقم(٢٢): تحليل تباين خط الانحدار للعلاقة بين معوقات الاستثمار والعزوف عن الاستثمار أو بيع الاستثمارات المنشأة

Model		Sum of Squares مجموع المربعات	df درجة الحرية	مربع المتوسطات	اختبار F	Sig. مستوى الدلالة
١	Regression	٥٥.٣٣٩	٣	١٨.٤٤٦	٢٥٣.٣٨٢	.٠٠٠(a)
	Residual	٦.١١٥	٨٤	.٠٧٣		
	Total	٦١.٤٥٥	٨٧			
a Predictors: (Constant)، معوقات الاستثمار						
b Dependent Variable: العزوف عن الاستثمار						

ومن الجدول (٢٢) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية الانحدار، الفرضية الصفرية: الانحدار غير معنوي (لا يختلف عن الصفر)، الفرضية البديلة: الانحدار معنوي (يختلف عن الصفر)، ومن جدول ANOVA يتضح أن Sig. = ٠٠٠ وهى أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥ لذا سوف يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة وهى أن الانحدار معنوي، وبالتالي توجد علاقة ما بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

جدول رقم (٢٣): نتائج تحليل الانحدار المتعدد للعلاقة بين معوقات الاستثمار والعزوف عن الاستثمار أو بيع الاستثمارات المنشأة

Model	المتغيرات المستقلة	معاملات B قيمة المعامل		Standardized Coefficients	اختبار t	Sig. مستوى الدلالة
		B	Std. Error	Beta		
١	(Constant)	.٠٦٧	.١٤٧		.٤٥٥	.٦٥٠
	معوقات قانونية	.٧٧٤	.٠٦١	.٨١٧	١٢.٦٧٣	.٠٠٠
	فساد وروتين	.٠٩٩	.٠٤٢	.١٥٣	٢.٣٨٠	.٠٢٠
	مشاكل تمويل	.٠١٢	.٠٢٩	.٠١٥	.٤٢١	.٦٧٥
a Dependent Variable: العزوف عن الاستثمار						

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح أن قيم الثوابت في النموذج أن قيمة الاحتمال P = Sig.= ٠.٦٥٠، غير معنوية، للإجراء ١٣ و١٤ حيث P = Sig.= ٠.٠٠٠ معنوية، و للإجراء ١٥ غير معنوية، للإجراء ١٣ و١٤ حيث P = Sig.= ٠.٦٧٥ معنوية

الفرضية الثالثة: لا يوجد تأثير للاستثمار السياحي العربي في سوريا على البلد المستضيف لها

أسئلة لمديرين في السياحة والاستثمار

جدول رقم (٢٤): الإحصاءات الوصفية واختبار ت

الأهمية النسبية	البيان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة	الانحراف المعياري	المتوسط	Sig. مستوى الدلالة	اختبار T	الفروق
	١. تدر الاستثمارات السياحية ربحاً سريعاً	٥	١٢	٧	٣١	٣٠	١.٢٢١	٣.٨١	.٠٠٠	٨.٧٣	دالة إحصائياً
		٥.٧	١٤.٣	٨.٦	٣٦.٦	٣٤.٩					
	٢. منافسة الاستثمارات السياحية المحلية الصغيرة	٣	٥	٨	٣٧	٣٢	١.٠٠٧	٤.٠٦	.٠٠٠	١٣.٩٦٨	دالة إحصائياً
		٣.٤	٥.٧	٩.٧	٤٣.٤	٣٧.٧					
	٣. الأزمة الاقتصادية العالمية؟	٥	٣	٨	٣٠	٣٨	١.٤٤٢	٣.٥٢	.٠٠٠	٤.٧٧١	دالة إحصائياً
		٥.٧	٤	٩.٧	٣٥.٤	٤٥.١					
	٤. تجذب العاصمة الاستثمارات	٤	١	١٨	١٥	٤٨	١	٤	.٠٠٠	١٣.٢٢٩	دالة إحصائياً
		٤.٦	١.١	٢٠.٦	١٧.١	٥٦.٦					
	٥. تحسن	٣	٨	١٥	٢٨	٣٢	١.١٠٤	٤.١	.٠٠٠	١٣.٢١٣	دالة

فـــي الإجـراءات الإدارية	٣.٤	٩.٧	١٧.١	٣٢.٦	٣٧.١					إحصائياً
٦. ملتقيات أسواق الاستثمار	٥	٣	١٥	٣٩	٢٣	١.٠٩٣	٤.٢	.٠٠٠	١٤.٥١٩	دالة إحصائياً
	٥.٧	٣.٤	١٧.٧	٤٦.٣	٢٦.٩					
٧. مشـاكل التلـوث والازدحام.	٥	١	٢١	٣٣	٢٥	١.١١٢	٣.٩	.٠٠٠	١٠.٧٣٦	دالة إحصائياً
	٥.٧	١.١	٢٤.٦	٣٩.٤	٢٩.١					
٨. فــرص العمل في العـالم العربي.	٣	٨	١٥	٣٥	٢٤	١.٠٤	٣.٨٥	.٠٠٠	١٠.٨٣٢	دالة إحصائياً
	٣.٤	٩.٧	١٧.١	٤١.٧	٢٨					
٩. إيـرادات جديدة	١١	١٥	١٤	٣١	١٤	١.٢٩٣	٣.٢٥	٠.٠١١	٢.٥٧٢	دالة إحصائياً
	١٣.١	١٧.٧	١٦.٦	٣٦	١٦.٦					
١٠. عـدم التقيـد بالضـوابط البيئية.	٧	١٢	١٨	٤٠	٨	١.٠٨	٣.٣٧	.٠٠٠	٤.٥٥١	دالة إحصائياً
	٨	١٤.٣	٢١.١	٤٦.٩	٩.٧					
١١. توظيـف المعـالم الأثريـة التاريخية	٥	٢٠	١٧	٣٠	١٣	١.١٥٦	٣.٣	٠.٠٠١	٣.٤	دالة إحصائياً
	٥.٧	٢٤	٢٠	٣٥.٤	١٤.٩					
١٢. خلـق دخـول جديـدة لـبعض الفئات	٣	٣	٨	٧٥	٨٦	٠.٧٩٦	٤.٣٦	.٠٠٠	٢٢.٥٩٥	دالة إحصائياً
	١.٧	١.٧	٤.٦	٤٢.٩	٤٩.١					
١٣. مشـاريع ذات تكـاليف كبيرة	٣	٨	١٦	٤٤	١٤	٠.٩٩٦	٣.٦٧	.٠٠٠	٨.٨٧٦	دالة إحصائياً
	٤	٩.٧	١٨.٣	٥١.٤	١٦.٦					
١٤. التنميـة البشـرية المستدامة	٥	١٢	٢٢	٣١	١٥	١.١١٣	٣.٤٦	.٠٠٠	٥.٥٠٢	دالة إحصائياً
	٥.٧	١٤.٣	٢٥.٧	٣٦.٦	١٧.٧					

١٥. مشـاريع اسـتثمار يــة سياحية	٣	١٥	١٢	٤١	١٥	١.٠٨٥	٣.٥٧	.٠٠٠	٦.٩٦٧	دالة إحصائياً
	٤	١٧.١	١٣.٧	٤٨	١٧.١					
١٦. الملتقيات الاستثمار يــة السياحية	٦	٢٦	٨	٣١	١٤	١.٢٤٩	٣.٢٣	٠.٠١٤	٢.٤٨٢	دالة إحصائياً
	٧.٤	٣٠.٣	٩.٧	٣٦.٦	١٦					
١٧. تحسـين ميـزان المدفوعا ت	١٢	١٥	١٦	٢٩	١٣	١.٢٨٧	٣.٢	٠.٠٤١	٢.٠٥٦	دالة إحصائياً
	١٣.٧	١٧.٧	١٨.٩	٣٤.٣	١٥.٤					
١٨. مجـال النقـل البري	٨	٥	١٥	٤١	١٦	١.١٣٨	٣.٦٢	.٠٠٠	٧.١٧٤	دالة إحصائياً
	٩.١	٦.٣	١٧.١	٤٨.٦	١٨.٩					

المصدر: إعداد الباحثة، الأسئلة في القسم الثاني من الاستقصاء

اختبار الفرضية الثالثة:

لا يوجد علاقة بين الاستثمار السياحي العربي في سوريا والتنمية الاقتصادية فيها

جدول رقم ((٢٥) اختبار ت للفرضية الثالثة

العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة t	Sig. (٢-tailed) مستوى الدلالة
٨٥	٣.٦٢٧٣	.٦٨٩٥	.٠٥٦٧	١٢.١٢٠	.٠٠٠

المصدر: من إعداد الباحثة من نتائج تحليل الاستبيان.

من الجدول يتضح أن قيمة t=١٢.١٢٠٠ وقيمة t المحسوب (Sig (٢- tailed = ٠.٠٠٠٠ أقل من مستوى المعنوية المستخدم ٠.٠٥ وبالتالي توجد فروق دالة إحصائياً، مما يعني رفض **الفرضية الثالثة: لايوجد علاقة بين الاستثمار السياحي العربي في سوريا والتنمية الاقتصادية فيها وقبول الفرضية البديلة التي تقول بوجود العلاقة.**

جدول رقم (٢٦): نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين الاستثمار وأثرة على البيئة والمجتمع والاقتصاد في سوريا

Model	المتغيرات المستقلة	معاملات B قيمة المعامل		Standardized Coefficients	اختبار t	Sig. مستوى الدلالة
		B	Std. Error	Beta		
١	**(Constant)**	١.٥٣٥	.٤٠٣		٣.٨٠٦	.٠٠٠
	أثر بيئي	.٢٢٧	.٠٧٤	.٢٤٨	٣.٠٥٦	.٠٠٣
	أثر اجتماعي	.١٤٦	.٠٦٠	.١٥٩	١.٦٦١	.٠١٧
	الملتقيات السياحية	.١٢١	.٠٧٣	.١١٠	٢.٤١٢	.٠٩٩
	أثر اقتصادي	.٣٧٦	.٠٨٦	.٣٥٦	٤.٣٩٠	.٠٠٠
a Dependent Variable:						

المصدر إعداد الباحثة

يتضح أن قيم الثوابت في النموذج أن قيمة الاحتمال ٠.٠٠٠ =.P = Sig، معنوية، لآثار الاستثمار السياحي حيث Sig أصغر من ٠.٠٠٥ =.P = Sig معنوية<<

أي يؤثر الاستثمار السياحي بالبيئة والمجتمع والاقتصاد ولكنه يتأثر بنجاح الملتقيات السياحية التي تقيمها وزارة السياحة فكلما كانت ناجحة ازداد رغبة المستثمرين في الاستثمار في سوريا

مقترحات لتحسين الاستثمار

تعرض الباحثة الجدول رقم (٢٧) آراء العينة (المكاتب السياحية، وزارة السياحة ومكتب الاستثمار وشركات الاستثمار السياحي) التي شملتها الدراسة بخصوص العوامل المؤثرة اتخاذ قرار الاستثمار وتحسينه في سوريا، تبلغ العينة : ١٧٥ فرداً (شركات الاستثمار السياحي: ٩٠ ، المكاتب السياحية، وزارة السياحة ومكتب الاستثمار: ٨٥).

جدول رقم (٢٧): الإحصاءات الوصفية واختبار ت

البيان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة	الانحراف المعياري	المتوسط	Sig. مستوى الدلالة	اختبار T	الفروق
١. إنشاء بنوك خاصة بالاستثمار السياحي أو فروع لبعض البنوك.	٧	١٢	١٨	٤٠	٨	١.٠٨	٣.٣٧	٠	٤.٥٥١	دالة إحصائياً
	٨	١٤.٣	٢١.١	٤٦.٩	٩.٧					
٢. دعوة المغتربين للعودة إلى الاستثمار في وطنهم العربي	٥	٢٠	١٧	٣٠	١٣	١.١٥٦	٣.٣	٠.٠٠١	٣.٤	دالة إحصائياً
	٥.٧	٢٤	٢٠	٣٥.٤	١٤.٩					
٣. توحيد المواصفات والمعايير بالمنشآت الفندقية والمطاعم السياحية والسفر والاستفادة من المعايير الدولية	٣	٣	٨	٧٥	٨٦	٠.٧٩٦	٤.٣٦	٠	٢٢.٥٩٥	دالة إحصائياً
	١.٧	١.٧	٤.٦	٤٢.٩	٤٩.١					
٤. إلغاء التأشيرة المسبقة بين الدول العربية	٣	٨	١٦	٤٤	١٤	٠.٩٩٦	٣.٦٧	٠	٨.٨٧٦	دالة إحصائياً
	٤	٩.٧	١٨.٣	٥١.٤	١٦.٦					
٥. تقليل الرسوم الإدارية، وتوفير المعلومات المتعلقة بالتشريعات	٥	١٢	٢٢	٣١	١٥	١.١١٣	٣.٤٦	٠	٥.٥٠٢	دالة إحصائياً
	٥.٧	١٤.٣	٢٥.٧	٣٦.٦	١٧.٧					

	والقـوانين وإجـراءات الضـمان والتأمين									
٤	٦. إنشـاء صـندوق استثمار يدعم المشـروعات السياحية	٣	١٥	١٢	٤١	١٥	١.٠٨٥	٣.٥٧	٠	٦.٩٦٧	دالة إحصائياً
		٤	١٧.١	١٣.٧	٤٨	١٧.١					
	٧. إنشاء مصرف موجهـا للاسـتثمارات السـياحية العربيـة، يقـدم خدماتـه التمويليـة والاسـتثمارية فـي قطـاع السياحة العربي .	٦	٢٦	٨	٣١	١٤	١.٢٤٩	٣.٢٣	٠.٠١٤	٢.٤٨٢	دالة إحصائياً
		٧.٤	٣٠.٣	٩.٧	٣٦.٦	١٦					
	٨. منح تسهيلات لكـل وسـائل النقـل بـين الـدول العربية	١٢	١٥	١٦	٢٩	١٣	١.٢٨٧	٣.٢	٠.٠٤١	٢.٠٥٦	دالة إحصائياً
		١٣.٧	١٧.٧	١٨.٩	٣٤.٣	١٥.٤					
	٩. تفعيـل دور منظمـة السـياحة العربيـة فـي مجـال التنسيق بـين الـدول العربيـة لتحقيـق التكامـل السياحي.	٧	١٢	١٨	٤٠	٨	١.٠٨	٣.٣٧	٠	٤.٥٥١	دالة إحصائياً
		٨	١٤.٣	٢١.١	٤٦.٩	٩.٧					
	١٠. تحقيق التكامل بـين الـدول العربيـة فـي القطـاع السياحي، وضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة .	٥	٢٠	١٧	٣٠	١٣	١.١٥٦	٣.٣	٠.٠٠١	٣.٤	دالة إحصائياً
		٩.٧	١٧.١	٤.٦	٥٠.٩	١٧.٧					
١٥	١١.تطبيق سياسة	٥٩	٦٧	٧	٣٨	٤	١.١٩٠	٢.٢١	.٠٠٠	-٨.٨٢٦	دالة

السماوات المفتوحة بين حركة الطيران العربي.	٣٣.٧	٣٨.٣	٤	٢١.٧	٢.٣					إحصائياً
١٢. بدء تجربة الطيران المنخفض الكلفة في الوطن العربي.	١٢	٤٣	٢١	٥٢	٤٧	١.٣٠٣	٣.٤٥	.٠٠٠	٤.٥٨٤	دالة إحصائياً
	٦.٩	٢٤.٦	١٢	٢٩.٧	٢٦.٩					
١٣. إنشاء قاعدة بيانات وتزويدها بالإحصائيات السياحية العربية البينية وتحديثها بانتظام	١٦	٢٩	٢٨	٦٢	٤٠	١.٢٦٣	٣.٤٦	.٠٠٠	٤.٨٤٨	دالة إحصائياً
	٩.١	١٦.٦	١٦	٣٥.٤	٢٢.٩					
١٤. إنشاء مصرف موجها للاستثمارات السياحية العربية، يقدم خدماته التمويلية والاستثمارية في قطاع السياحة العربي يحفز على الاستثمار	١٣	٣٢	٢٠	٧١	٣٩	١.٢٣١	٣.٥٢	.٠٠٠	٥.٥٨٨	دالة إحصائياً
	٧.٤	١٨.٣	١١.٤	٤٠.٦	٢٢.٣					
١٥. تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، ووضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة.	٤	٦	١٠	٨٧	٦٨	.٨٦٩	٤.١٩	.٠٠٠	١٨.١٨١	دالة إحصائياً
	٢.٣	٣.٤	٥.٧	٤٩.٧	٣٨.٩					
١٦. ضرورة تفعيل دور منظمة السياحة العربية في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق نوع من التكامل السياحي لجذب	١٢	١٤	١٢	٧٤	٦٣	١.١٧٠	٣.٩٣	.٠٠٠	١٠.٤٧٠	دالة إحصائياً
	٦.٩	٨	٦.٩	٤٢.٣	٣٦					

	الاستثمارات.									
٥	١٧. إنشاء حقائب سياحية متكاملة في كافة الدول العربية (تذاكر النقل، ومكان الإقامة، والتنقلات، وزيارة المعالم السياحية والتسويقية) ضمن برامج سياحية متكاملة وبأسعار منافسة	١٦	٢٤	١٩	٥٩	٥٧	١.٣٠٦	٣.٦٧	.٠٠٠	٦.٧٧٢	دالة إحصائياً
		٩.١	١٣.٧	١٠.٩	٣٣.٧	٣٢.٦					
٧	١٨. اعتماد الأيزو السياحي العالمي منطلقاً للجودة والمواصفات	٢٤	٤٠	١٩	٦٥	٢٧	١.٣٢١	٣.١٨	.٠٧٨	١.٧٧٤	دالة إحصائياً
		١٣.٧	٢٢.٩	١٠.٩	٣٧.١	١٥.٤					

المصدر: من إعداد الباحثة

من الجدول السابق نلاحظ حسب الأهمية النسبية:

١ - توحيد المواصفات والمعايير بالمنشآت الفندقية والمطاعم السياحية والسفر والاستفادة من المعايير الدولية بمتوسط ٤.٣٦ ونسبة تأييد بلغت ٩٤% وهي نسبة عالية جداً وتؤكد أهمية توحيد المواصفات .

٢- تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، ووضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة بمتوسط بلغ ٤.١٩ وتعتبر نسبة التأييد ٧٨% نسبة عالية جداً لهذا البند .

٣- ضرورة تفعيل دور منظمة السياحة العربية في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق نوع من التكامل السياحي لجذب الاستثمارات بمتوسط بلغ ٣.٩٣ وتعتبر نسبة التأييد ٧٩% نسبة عالية .

٤- وهي تضم البندين إنشاء صندوق استثمار يدعم المشروعات السياحية وإلغاء التأشيرة المسبقة بين الدول العربية **بمتوسط بلغ في كليهما** ٣.٦٧

٥- إنشاء حقائب سياحية متكاملة في كافة الدول العربية (تذاكر النقل، ومكان الإقامة، والتنقلات، وزيارة المعالم السياحية والتسويقية) ضمن برامج سياحية متكاملة وبأسعار منافسة

٦- تفعيل دور منظمة السياحة العربية في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق التكامل السياحي

٧- إنشاء مصرف موجها للاستثمارات السياحية العربية، يقدم خدماته التمويلية والاستثمارية في قطاع السياحة العربي يحفز على الاستثمار

٨- تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، وضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة .

٩- إنشاء قاعدة بيانات وتزويدها بالإحصائيات السياحية العربية البينية وتحديثها بانتظام

١٠- تقليل الرسوم الإدارية، وتوفير المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين

١١- بدء تجربة الطيران المنخفض الكلفة في الوطن العربي.

١٢- إنشاء بنوك خاصة بالاستثمار السياحي أو فروع لبعض البنوك.

١٣- دعوة المغتربين للعودة إلى الاستثمار في وطنهم العربي

١٤- إنشاء مصرف موجها للاستثمارات السياحية العربية، يقدم خدماته التمويلية والاستثمارية في قطاع السياحة العربي

١٥- تطبيق سياسة السماوات المفتوحة بين حركة الطيران العربي

١٦- منح تسهيلات لكل وسائل النقل بين الدول العربية

١٧- اعتماد الأيزو السياحي العالمي منطلقاً للجودة والمواصفات

المبحث الرابع : مستقبل العلاقات السياحية السورية و العربية البينية :

المستقبل هو تحدٍّ للسياحة العربية ، ستكون هناك خطط تنموية سياحية عربية تُؤسّس على رؤية محددة واضحة وخلاّقة، وتهدف إلى إرساء وتفعيل المقومات السياحية العربية لتصل مردوداتها إلى حجم يتناسب مع الحجم الطبيعي والقائم فعلاً لتلك المقومات، وينتقل الإقليم السياحي العربي من موقعه قبل الأخير حسب ما تفيد به أرقام منظمة السياحة العالمية إلى موقع أكثر تقدماً على خريطة السياحة العالمية، التي تتوقعها المنظمة مع حلول عام ٢٠٢٠. ولكن لا بد من الإشارة هنا إلى أن التوقعات العربية و العالمية في مجال السياحة انقسمت إلى قسمين هما:

١- التوقعات السياحية لواقع السياحة العربية و العالمية التي كانت موضوعة مسبقاً من قبل المنظمات العالمية المختصة لغاية عام٢٠٢٠.

٢- و التوقعات الحديثة التي ستتبناها المنظمات و الجهات المختصة من بعد عام ٢٠١١ بسبب الأحداث السياسية ، و الثورات ، و المؤامرات السياسية التي حصلت في المنطقة العربية (مصر و تونس سورية ، ليبيا و اليمن) و التي لابد أن تكون الخارطة السياحية العربية، و واقع السياحة العربية و الاستثمارات السياحية قد تأثرت بها،لا سيما و أن المنظمة العربية للسياحة أكدت أن خسائر السياحة العربية بلغت ٧ مليارات دولار لغاية أيلول ٢٠١١،حيث أن الوضع ما زال متأزماً. على الرغم من أن تقرير المجلس الدولي للسياحة و السفر كان يتوقع لعام ٢٠١١ واقعاً جيدا بالنسب للاستثمارات السياحية العربية كالآتي:

جدول رقم (٢٨) يظهر قيمة الاستثمارات السياحية في بعض الدول العربية و نسبتها إلى إجمالي الاستثمارات لعام ٢٠١١

الدولة	الترتيب ٢٠١١	الاستثمارات السياحية/مليار دولار	نسبة الاستثمارات السياحية من إجمالي الاستثمارات
مصر	٣٣	٤,٩٨	١١.٣٥%
السعودية	٣٩	٤,٢٩	١٠.١٨%

المغرب	٥٤	٣,١٦	٨.٦٩%
لبنان	٥٦	١,٢٥	١٠.١٨%
تونس	٦٤	٠,٩٣	٨.٤٤%
سورية	٧١	٠,٨٣	٧.٥٦%
الأردن	٧٨	٠,٥٩	٤.٤٠%

المصدر: توقعات تقرير المجلس الدولي للسياحة و السفر لعام ٢٠١١.

حيث توقع التقرير مراتب جيدة عالمياً بالنسبة لحجم الاستثمارات السياحية لبعض الدول العربية ، و منها مصر ، و تونس ، و سورية التي كانت مسرحاً للأحداث السياسية ، و المؤامرات الأمريكية،أما بعد هذه الأحداث فلا يمكن التنبؤ ماذا سوف يحصل؟ و إن كانت منظمة السياحة العربية تؤكدأن آثارها ستكون جيدة و لكن على المدى البعيد.

إلا أن منظمة السياحة العالمية كانت تتوقع أن يزيد عدد المسافرين الدوليين على ١.٥٦ مليار مسافر بحلول عام ٢٠٢٠ من بينهم ١.٢ مليار بين الأقاليم نفسها ، و٠.٤ مليار زائر من خارج الأقاليم، وتتصدر الأقاليم المستقبلة للزوار في ذلك العام كل من أوروبا (٧١٧ مليون سائح) وشرق آسيا والباسفيك (٣٩٧مليون سائح) والأميركيتين (٢٨٢مليون سائح) تليها بحصص اقل على التوالي إفريقيا (منها دول شمال إفريقيا العربية) ، فالمنطقة العربية ثم إقليم جنوب آسيا، كما تتوقع أن تبلغ عائدات السياحة نحو ٢٣٤٠ بليون دولار بحلول عام ٢٠٢٠.[٩٩]فبعد عام من النمو المرتفع للسياحة في عام ٢٠١٠، كان خبراء منظمة السياحة العالمية يتوقعون استمرار هذا النمو، وإن كان بوتيرة أقل خلال العام٢٠١١، وإذا كان النمو عام٢٠١٠ بلغ نحو٧% فإن الخبراء كانوا يعتقدون أن معدل النمو خلال عام٢٠١١ بأكمله سيتراوح بين٤ و٥%، أي أعلى قليلا من متوسط النمو طويل الأجل للسياحة في العالم. أما بالنسبة للعائدات، فإنها بلا شك قد تأثرت بالأزمة المالية العالمية ، و بالتالي فإن معدل نموّها أقّل من معدل نمو السياح. أي أن عدد السياح زاد بنسبة أكبر من زيادة العائدات. وسوف يشهد عام٢٠١١ ــ حسب خبراء منظمة السياحة ــ تحسنا آخر في العائدات.أما في الوطن العربي،

[٩٩] - السياحة العربية و تحديات المستقبل ،مجلة اقتصاد و أسواق،الصفحة الرئيسية،www.ekwasnet.com،٢٠٠٦

فقد توقع الخبراء أن يتراوح معدل النمو عام٢٠١١ بين٧ و١٠% ولأن هذه التوقعات كانت بناء على معلومات تم تحليلها خلال العام ٢٠١٠، فإن الخبراء أشاروا في التقرير إلي أن هذه التوقعات صدرت قبل اندلاع الثورات في شمال إفريقيا والشرق الأوسط منذ بداية العام ٢٠١١ والتي كان من نتائجها ــ حتى الآن ــ تنحي الرئيس المصري حسني مبارك ومن قبله هروب الرئيس التونسي زين العابدين بن علي.

وقال التقرير: إن ما رافق هذه الثورات سواء في مصر أو تونس أو ما يجري حاليا في ليبيا ودول أخري في الشرق الأوسط.. كاليمن وسوريا سوف يكون له تأثير عميق علي الطلب السياحي بالنسبة لدول عديدة في المنطقة ،وليس فقط تلك الدول المتأثرة مباشرة بالأحداث، ولذلك فإن هذه التوقعات الخاصة بالنمو السياحي في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا سوف يتم تعديلها مع تطورات الأحداث.[١٠٠] توقعت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات ان تنعكس الأحداث السياسية التي تشهدها بعض الدول العربية بشكل سلبي على مناخ الاستثمار فيها ،في المدى القصير والمتوسط ، بدليل ان معظم الدول التي شهدت أحداثا سياسية وحراكا شعبيا بدرجات متفاوتة)مصر وليبيا وتونس والبحرين والأردن، و سورية) طالتها عمليات المراجعة والخفض للتقييمات السيادية من قبل وكالات التصنيف الدولية فيما ترى المؤسسة أن تلك التطورات يمكن أن تنعكس إيجاباً على المدى الطويل .[١٠١] و لكن بشكل عام و بعيدا عن الأحداث فإنّ الأرقام المتوقعة لحركة السياحة في عام ٢٠٢٠ تشير إلى معدلات نمو قياسية تسجلها الأقاليم الخمسة الأخيرة ومنها دول العالم العربي الآسيوية والإفريقية تصل إلى ٥% سنوياً . ومع ذلك، فإن هذه المؤشرات تظل تنبه إلى أن المنطقة العربية وإن كانت ستسجل نمواً ملحوظا إلا أن حصتها من الحركة الإجمالية لأعداد السياح على الخريطة العالمية (٦٨.٥ مليون سائح) عام ٢٠٢٠ تظهر عدة حقائق من أبرز عناوينها:[١٠٢]

إن هناك تقصيراً (حتى الآن) في ايلاء قطاع السياحة العربية الاهتمام المطلوب ليصبح قطاعاً مؤثراً وفاعلاً في مجمل عمليات التنمية الشاملة العربية ،وفي رفد الناتج القومي العربي بما يحقق التطور المنشود لمستويات الدخل والمعيشة في المجتمعات العربية كافة. ومن واقع الأرقام السابقة يتبين : أنّ هناك مسؤولية مشتركة كبرى تقع على عواتق دوائر التخطيط ودوائر صنع القرار على حد سواء، في الدول العربية منفردة، وفي المؤسسات العربية

[١٠٠] منظمة السياحة و السفر العالمية ٢٠١١.
[١٠١] المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،تقرير مناخ الاستثمار ،النشرة الفصلية الأولى لعام ٢٠١١.
[١٠٢] السياحة العربية و تحديات المستقبل ،مجلة اقتصاد و أسواق،www.ekwasnet.com،٢٠٠٦.

الجماعية من أجل وضع الخطط المدروسة بعناية، وتعزيزها بضمانات تنفيذية من قبل صناع القرار العربي، السياسي والاقتصادي والثقافي، وهذه قطاعات مرآتها السياحة.

و عن حجم السياحة العربية البينية: أشار تقرير صادر عن منظمة السياحة العالمية أن حجم السياحة العربية البينية لا يتعدى ال ٤٢ بالمئة من حجم القطاع ككل في المنطقة، وستنخفض هذه النسبة لتصل إلى ٣٧ بالمائة مع حلول عام ٢٠٢٠ بعد أن كانت ٣٢ بالمئة قبل أحداث ١١ أيلول.[١٠٣] و يمتلك العالم العربي عناصر جذب سياحية هامة وفريدة من نوعها، أهمها موقعه الجغرافي الاستراتيجي الذي يشكل همزة وصل بين قارات العالم إضافة إلى الإرث الحضاري والتاريخي الذي تحتضنه البلاد العربية وهي مزايا كفيلة بتحقيق مردود اقتصادي ومالي هام في حال أدرك العرب ذلك. وقال التقرير: سوف تزداد نسبة المشاركين العرب بالرحلات السياحية البعيدة إلى ٦٣% (أي أن السياحة العربية البعيدة ستنمو لتصل إلى ٦٣ بالمئة)[١٠٤] في الوقت الذي تبلغ فيه عائدات السياحة في العالم نحو ٤٥٧ مليار دولار سنوياً، ولا تزيد حصة الدول العربية منها على ٢.٧ بالمئة ، مما يستدعي العرب إلى وضع الاستراتيجيات التي تسهم في تعزيز السياحة العربية البينية وتحقيق عوائد أكبر، بحيث تكفل حماية القطاع السياحي في كل بلد على حدا. ويؤكد التقرير أن دولة الإمارات وحدها وبالذات دبي استطاعت إن تجذب ٦٠ بالمائة من حجم السياح الخليجيين بفضل بنيتها التحتية المتطورة ومستوى الخدمات العالية التي تقدمها للزوار. في حين بدأت دول أخرى في المنطقة خطوات حيوية لتطوير القطاع السياحي ومن بينها السعودية التي تعتزم إنفاق ٢٧ مليار دولار على السياحة عام ٢٠٢٠ كما سعى الأردن إلى جذب ١٢ مليون سائح عام ٢٠١٠ وتحقيق إيرادات تصل إلى ١.٣ مليار دولار . ليبيا كانت تتوقع تحقيق عائدات سياحية خلال السنوات الخمس الأولى بعد ٢٠١٠ تصل إلى ٣٠٣ ملايين دولار وعدد السياح يتجاوز مليونا و ٧٣٣ سائحاً، لكن بعد التدمير الي حصل في ليبيا بعد الثورة الليبية في ٢٠١١ ، فلا يمكن التحدث عن النمو في أعداد السياح بل يجب التفكير و الحديث عن الشركات التي ستتولى إعادة إعمار و تأهيل ليبيا من جديد. كما ارتفعت إيرادات السياحة في المغرب إلى ٤.٣ مليارات دولار بعد إن زارها نحو ٦ ملايين سائح عام ٢٠٠٥ في الوقت الذي زار تونس أكثر من ٦.٥ ملايين سائح للمرة الأولى في تاريخ البلاد وسجلت عائدات السياحة ١.٨ مليار دولار، و أما في مصر فقد وضعت وزارة السياحة إستراتيجية حتى نهاية عام ٢٠١٤ تستهدف تحقيق معدل يصل إلى ١٦ مليون سائح، ويصل بنهاية عام ٢٠٢٠ إلى ٢٥ مليون سائح[١٠٥]. و في تقرير لهيئة تنشيط

---

[١٠٣] -منظمة السياحة العالمية،٢٠٠٦

[١٠٤] - الحوامدة، الحميري ومرجع سبق ذكره ،ص ١٥٦

[١٠٥] -تقرير التنافسية للسياحة العالمية،مرجع سبق ذكره.

السياحة في السعودية :أن خطة التنمية الثامنة٢٠٠٤/٢٠٠٥- ٢٠٠٨/٢٠٠٩هـ التي أعدتها وزارة التخطيط توقعت ارتفاع عدد رحلات السائحين (إجمالي السائحين من داخل المملكة وخارجها) من ٦٥,١ مليون رحلة لعام٢٠٠٢/٢٠٠١إلى ٨٣ مليون رحلة العام ٢٠٠٨/٢٠٠٩هـ ثم إلى ١٤١,١ مليون رحلة العام ٢٠١٩/٢٠٢٠ وتوقعت أن يبلغ عدد الرحلات الداخلية ١٢٨مليون رحلة سياحية، في حين يبلغ عدد الرحلات السياحية من خارج المملكة ١٣,١ مليون رحلة ومعظمها من دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية الأخرى. كما توقعت نمو الإنفاق السياحي في المملكة من ٦٣,٥ بليون ريال في العام ٢٠٠١/٢٠٠٢ إلى ١٠١,٣ بليون ريال العام ٢٠١٩/٢٠٢٠[١٠٦]

وتحمل المرحلة المقبلة الكثير من التحديات للقطاع السياحي العربي ومنها الصراع في اجتذاب أكبر عدد ممكن من السياح العرب إذ انه ورغم امتلاك العرب لكثير من مقومات السياحة والكنوز التاريخية والحضارات العريقة إلا إن نصيبها من مجمل السياحة العالمية ضئيل جدا. ومن هنا فإن التوجه الحالي والمستقبلي سيكون مرتكزاً لا محالة على السياحة العربية البينية، على اعتبار آن السياحة العربية البينية أكثر إيراداً والسائح العربي أطول إقامة وأكثر إنفاقاً.

١,٤,٣) الخطوات العربية لتطبيق الخطط المستقبلية لدعم الاستثمارات السياحية العربية البينية:

ولقد برزت في السنوات الأخيرة وعلى ضوء تطورات سياسية إقليمية ودولية كبيرة الأهمية الملحة لتفعيل مستويات قطاعات السياحة في الدول العربية وأهمية الخدمات السياحية باعتبارها تأتي في مقدمة مساهمة إجمالي قطاع الخدمات في الناتج الإجمالي العربي كما برزت على ضوء ذلك الهوة الشاسعة بين معطيات أرقام السياحة العالمية وبين أرقام الحصة العربية من مائدات السياحة العالمية بالإضافة إلى بروز أهمية تعزيز وحفز السياحة العربية البينية وخاصة مع دخول معظم دول العالم ومنها أغلبية الدول العربية تحت قوانين والتزامات تحرير التجارة الدولية ومنها تحرير تجارة الخدمات وفقا لاتفاقات منظمة التجارة العالمية المعروفة باسم اتفاقات «الغاتس». ويشكل الوطن العربي من مشرقه الآسيوي إلى مغربه الإفريقي كتلة جذب سياحي رئيسة ومرشحة لتكون مركز الجذب الأول على خريطة السياحة العالمية ولكن إذا استكملت قطاعات السياحة العربية كافة بناها التحتية ووفرت الخدمات الأساسية الداعمة، وهيأت المناخات الاستثمارية الملائمة على مختلف الأصعدة، مثل الأنظمة والتشريعات والقوانين، ارتفاع مستوى الوعي البيئي والوعي السياحي العام، وغير ذلك من

---

[١٠٦] -هيئة تنشيط السياحة في السعودية،تقرير سنوي ٢٠٠٩.

العناصر المطلوبة. وقد لا تتوافر عوامل الجذب السياحي الأساسية لأماكن أخرى في العالم كما يتمتع به الوطن العربي من عوامل. فهو بموقعه الجغرافي الاستراتيجي من المحيط الأطلسي غربا إلى الخليج العربي شرقا ومن حوض المتوسط شمالا إلى خط الاستواء جنوبا يحتل موقع القلب وهمزة الوصل بين قارات العالم، ويتفاعل الموقع الجغرافي للوطن العربي مع عمقه الحضاري والتاريخي كمهد للحضارات القديمة مما يضيف إلى وجوده السياحي ميزة فريدة، تجعله مقصدا هاما ومتنوعا يشد إليه حركة السياحة العالمية. ويلبي رغبات مختلف الجنسيات مهما تنوعت ثقافاتهم وأذواقهم. وليس هذا فحسب فإن موقع الوطن العربي وثراء تراثه الإنساني يحقق لسكانه إلى جانب المردودات الاقتصادية نتائج لا تقل أهمية وذلك مما تثمره حركة السياحة منه واليه من تواصل إنساني ولقاء حضارات وإسهام رئيس في توجه عالم اليوم نحو إرساء أسس السلام وتوثيق العلاقات بين الشعوب وتبادل وتعزيز التنمية المشتركة والمساهمة في حماية البيئة العالمية.

وإن من أهم قرارات مجلس وزراء السياحة العرب هو دراسة المزيد من التسهيلات لرفع درجة الانسياب في السياحة البينية العربية لوجود بعض العوائق التي تؤثر على السياحة البينية مثل التأشيرات التي تعيق كثيرا حركة السياحة البينية كما جرت دراسة إزاحة بعض العراقيل التي تمنع السياحة البينية سواء من نوع إداري أو مادي كتخفيض أسعار بطاقات السفر إلى الدول .[١٠٧]

ويذكر أن نسبة السياحة العربية البينية كانت ٣٢% فقط قبل أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١ أي أن ارتفاعها إلى المستوى الحالي ٤٢% لم يكن مستندا إلى خطط واستراتيجيات ثابتة ومتفق عليها وإنما كان ناجماً عن حدث طارئ وعلى الرغم من ضخامة تأثيراته إلا انه يظل خارج الحسابات والتوقعات المدروسة. وعلى ضوء الأرقام المتوقعة وأرقام الواقع الحالي ونظراً للاتجاه العالمي نحو تحرير تجارة الخدمات فإن تعزيز السياحة العربية البينية لن يساهم فقط في زيادة حصة العالم العربي من عائدات السياحة العالمية ولكن سيكفل أيضا حماية عوائد القطاع السياحي في كل بلد عربي على حدا، ويلعب الدور المطلوب من القطاع الخاص كركيزة أساسية في هذه المهمة الاقتصادية الحيوية.

-ومن أوراق العمل الهامة التي تتناول هذه المسألة ورقة قدمها الاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة و السياحة للبلاد العربية في عام ٢٠٠٦ والتي ركزت على دور القطاع العربي الخاص في إقامة المشروعات السياحية العربية المشتركة والخدمات المكملة لها لدعم

---

[١٠٧] -العرياني،أحمد،مرجع سبق ذكره .

وجذب السياحة الدولية والبينية العربية فقط. استعرضت ورقة العمل الدور الأساسي والاستراتيجي للقطاع الخاص في تنمية الصناعة السياحية، لما توفره من عائد كبير على المستثمر وعلى الاقتصاد ككل، كما إن قيام منطقة التجارة العربية الحرة الكبرى ،ستسمح بقيام جبهة عريضة من المؤسسات السياحية العربية البينية ذات الإمكانات المالية والتقنية والإعلامية والإدارية الحديثة وذات التأثير القوي على الصعيد العالمي ،وعلى الصعيد العربي البيني، كما أكدت الورقة على وجوب توفير الشروط المناسبة، من حيث خلق المناخ والوسائل، وكذلك الحوافز الضرورية والتسهيلات المطلوبة والتشجيع المتواصل، وتطوير وتوحيد الإجراءات بين الدول العربية في مجال الاستثمار، والعمل على إقامة تنسيق مالي ونقدي بينهما، وفي مقابل هذا يقوم القطاع الخاص العربي بالتحرك السريع لإقامة المشاريع السياحية المشتركة وإقامة تعاون جاد مع القطاع العام. لقد أظهرت ورقة العمل شروط تنمية السياحة وجذب الاستثمارات العربية الخاصة من خلال مجالات هامة وأساسية، يجب توافر عدد كبير منها قبل التطلع إلى جذب أعداد كبيرة من السياح وتنمية هذه الصناعة المتطورة.

٣,٤,٢) أهم الشروط الواجب توافرها على المستوى العربي الإقليمي قبل تطوير الاستثمارات السياحية العربية البينية مستقبلاً:

تخطيط السياحة العربية: أهمية وجود مخطط سياحي عربي والتأكد من تكامل المشاريع السياحية مع برنامج التخطيط السياحي العربي. **البيئة:** التأكد من التأثيرات المحتملة على البيئة، قبل الشروع بإقامة المشاريع السياحية المنوي تنفيذها، وضرورة المحافظة على البيئة وحمايتها من أية أخطار محتملة ودعوة المنظمات الدولية والإقليمية للتعاون مع الأجهزة المحلية المسئولة لتطوير المناطق الخضراء والمحميات الطبيعية والمحافظة عليها.

سلامة السياح: باعتماد إجراءات مناسبة لتأمين سلامة الزائرين بهدف ضمان نمو وازدهار السياحة. **التسويق الجماعي العربي** : يكون شاملاً للمنطقة العربية ككل. **الأرباح:** السعي لتأمين التمويل اللازم من القطاعين العام والخاص. **الثروة البشرية:** التشاور والتنسيق بين المؤسسات العربية المتخصصة بالسياحة لمراقبة احتياجات القوى البشرية العاملة في النشاط السياحي والدعوة إلى إقامة مركز عربي إقليمي للتعليم والتدريب والبحث والمتابعة

التمويل: الدعوة إلى إقامة صندوق عربي لتنمية السياحة، كما ركزت الوثيقة على تطوير البنى الأساسية والتي يمكن للقطاعين الخاص والعام أن يستثمر فيها، والتأكيد على أهمية

اكتمال منطقة التجارة العربية الحرة ودورها كجاذب للاستثمار السياحي، وشملت ورقة العمل الحوافز والمعوقات التي تعترض القطاع الخاص العربي للقيام بمشروعات سياحية مشتركة.

٣,٤,٣) مستقبل الاستثمارات السياحية العربية البينية في سورية :

إنه بعد الملتقيات السياحية المستمرة و أسواق الاستثمار السياحي العربي المتتالية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج و القرارات الكفيلة بتشجيع الاستثمار العربي في سوريا و تطويره و تم الاتفاق و التعاقد على عدد كبير من المشاريع الاستثمارية السياحية ،و قد وضعت وزارة السياحة في سورية خطة استراتيجية متكاملة، مع اعتماد الإجراءات الناجمة عنها لبناء صورة سورية السياحية حتى عام ٢٠٢٠ ، سواء كان ذلك على مستوى الترويج أو على مستوى توافق عناصر المنتج مع ما يروج له، مع العلم أن وزارة السياحة لم تتوقف عن السعي لتنفيذ خططها السياحية الإستراتيجية ، حتى بعد اندلاع الأحداث في سورية ، بل استمرت في دعم السياحة العربية البينية و خاصة مع مصر ،و تشجيع السياحة الداخلية و الخارجية ،يُذكر منها:

١- الإعفاء من جميع الرسوم والضرائب أثناء فترة الإنشاء.

٢- السماح باستيراد مواد البناء والأدوات والتجهيزات وسيارات العمل والأثاث معفاة من الرسوم الجمركية أثناء فترة الإنشاء .

٣- الإعفاء من جميع الرسوم والضرائب لمدة سبع سنوات ابتداءً من بدء التشغيل.

٤- تطبيق أسلوب ضريبة الدخل المقطوع على الأرباح ابتداء من السنة الثامنة للتشغيل وبنسبة ٢.٥% من الإيرادات مهما بلغت الأرباح .

٥- السماح بتحويل مدفوعات المستثمر بالنقد الأجنبي إلى الخارج بعد مرور خمس سنوات على بدء الاستثمار، وتحويل أرباح وفوائد رأس المال الخارجي إلى الخارج بالنقد الأجنبي.

٦- أقر المجلس الأعلى للسياحة في بداية عام ٢٠٠٨ ، إحداث الشركة السورية للسياحة مرتبطة بوزارة السياحة، كي تسهم أساسًا في طرح برامج للسياحة الداخلية تتضمن زيارات للمناطق التنموية، بما يكفل تحريض الطلب السياحي على تلك المناطق، وبالتالي تحقيق الجدوى الاقتصادية للمشاريع المطروحة فيها.

٧- السعي إلى اعتماد سياسة الأجواء المفتوحة مع الدول العربية والأوربية التي تشكل الأسواق الرئيسة لسورية ،حيث وقعت دول التعاون الخليجي مع دول المغرب العربي اتفاقية للأجواء المفتوحة بينهما في عام ٢٠٠٨ وهناك ترتيبات عاجلة لتوقيع اتفاقي مماثلة بين دول آسيا من جهة والصين والهند من جهة أخرى

٨- أن تحقيق التوازن بين القدوم السياحي و الاستثمارات السياحية، أي مضاعفة عدد السياح كل خمس سنوات و مضاعفة الاستثمارات السياحية كل خمس سنوات (سيكون محققًا اعتبارًا من عام٢٠١٢).

٩- تم تنظيم رحلات اطلاعية لمئات من الشركات السياحية، تضمنت لقاءات بينها ونظيراتها في سورية وفي دول الأسواق السياحية العربية

١٠- تم تسهيل حركة النقل والانتقال إلى سورية حيث لا تطلب سورية من الأشقاء العرب الحصول على تأشيرة دخول

١١- الابتعاد عن الأنماط السياحية التقليدية(سياحة البحر مثلا) إلى أنماط جديدة تحقق تضادًا مع الحياة اليومية كالسياحة في الطبيعة والخروج من حياة المدينة في نوع من الرفض للأزمة ذاتها.

١٢- تركيز أكبر على السياحة البيئية والريفية التي تشتمل على تجارب حقيقية وممارسة نشاطات يختص بها بلد الزيارة /أن تعيش البلد لا أن تزوره.

١٣- الإقامة في فنادق صديقة للبيئة ستكون الأكثر طلبًا.

١٤- يوجد لدى السياحة السورية فرصة في الاستمرار بمعدل نمو للطلب مرتفع يتجاوز ١٥% مما سيؤمن استمرار جذبها للمستثمرين في ظل ابتعاد المستثمرين عن الاستثمارات في القطاع المالي.

١٥- الاستفادة من الأمن والاستقرار والمقومات الطبيعية والأصالة والشعب الصديق للزائر والمطبخ المتنوع والثقافة والتاريخ والتسوق التقليدي والرغبة في تكرار الزيارة لاتساع رقعة المنتج السوري والمؤتمرات مع الإعلان عن إجراءات لتوفير أفضل لجودة الإقامة وسهولة الوصول و الجاهزية التكنولوجية .

١٦- الاستفادة في متابعة تحفيز الاستثمار السياحي من وصول دول أخرى في الإقليم إلى بنية فندقية كثيفة بمئات الآلاف من الأسرة الفندقية، في ظل ٥٠ ألف سرير في سورية و ٤٠ألف قيد الإنشاء فقط رغم تماثل المقومات السياحية.

١٧- الإعلان عن إجراءات تكفل أن تكون المعادلة بين المحتوى والسعر والجودة في أفضل توازن ممكن مع الابتعاد عن تخفيض الأسعار قدر الإمكان والتوجه إلى إعطاء قيم مضافة وليالي ووجبات مجانية أو رحلات استكشافية وغيرها من الخدمات التي يمكن أن تجعل المنتج أكثر جاذبية وتنافسية، بغية عدم تشكيل صورة للسياحة في سورية على أنها رخيصة الأسعار

١٨- التركيز على توظيف شبكة الإنترنت في الحجوزات الفندقية من خلال نظام للحجز الإلكتروني وخاصة التي تعرض في آخر لحظة.

١٩- .إزالة العوائق الإدارية أمام إنجاز المشاريع السياحية قيد الإنشاء

٢٠- طرح مشاريع أصغر وأقل كلفة وأكثر مردودًا لجذب شرائح أكبر من المستثمرين وخاصة من خلال قيام الوزارة بإعداد المخططات التوجيهية لمناطق التطوير السياحي المتكاملة والكبرى.

٢١- ولما كان من الضروري توافق المشاريع السياحية في محيط الموقع، وخارج حرم الموقع، سواء كان أثريًا أو حراجيًا أو بيئيًا أو محمية طبيعية، مع متطلبات إقامة السياح، وتخفيف موسمية القدوم السياحي، من خلال البرامج التوظيفية لتلك المشاريع ومع إمكانيات الموقع السياحي، فقد تم إقرارما يلي سواء كان ذلك لموقع سياحي داخل التجمعات السكنية أو خارجه "**و إجراءه بشكل دوري**": مسح المقومات السياحية التاريخية والطبيعية والدينية في محيط الموقع وتحديد حالة عرضها، مسح البنية السياحية والفندقية المتوفرة وتحديد سوية الجودة فيها. مسح البنية التحتية المتوفرة وسوية الجودة فيها. مسح الأطر البشرية العاملة وسبر إمكاناتها وحاجتها للتأهيل. تحديد مساحات الاستثمار المطلوبة، لإقامة منشآت الإقامة والطعام والنشاطات والقيم المضافة في الموقع السياحي،ومواقع التدريب السياحي، وعرضها في ملتقيات الاستثمار السياحي

٢٢- حققت سوريا المرتبة الثانية على مستوى العالم في نمو العمالة في اقتصاد السياحة حتى عام ٢٠١٩.

٢٣- جاءت سوريا في المرتبة ٤٠على مستوى العالم حسب نمو إيرادات السياحة الدولية حتى ٢٠١٩

٢٤- حققت المرتبة الرابعة في نمو كامل الطلب السياحي المتوقع حتى عام٢٠١٩ [١٠٨].

٢٥- متابعة إطلاق برامج السياحة الداخلية من خلال الشركة السورية للسياحة.

٢٦- متابعة إطلاق حملات الدعاية للسياحة إلى سورية في الأسواق السياحية الرئيسية.

٢٧- صياغة منتجات سياحية جديدة متنوعة في كل منطقة من المناطق السورية، تبرز خصوصية الموارد الثقافية والطبيعية.

٢٨- متابعة تنفيذ برنامج تدريب الشرطة السياحية، بالتعاون مع الجمعية البريطانية السورية.

٢٩- تحفيز الإعلام المحلي والعربي لدعم السياحة وتحريك الأسواق مع إطلاق خطة عمل إعلامية لتعميق الثقة بالسياحة السورية من خلال التركيز على ازدياد الطلب وعلى تنافسية السياحة السورية

٣٠- تعميق دور التخطيط الاستثماري الإقليمي، وتنفيذ خارطة الاستثمار السياحي في سورية، مع اعتبار التوزيع الجغرافي والتصنيفي المتوازن للاستثمارات الجديدة في القطاع السياحي، وتحقيق الجدوى الاقتصادية المنشودة منها وحسب درجات التصنيف السياحي.

الخاتمة:

ختاماً يمكن القول:

[١٠٨] -الاستثمار السياحي في سوريا،ص١٥٤-١٥٥،مرجع سبق ذكره

إن النمو الكبير الذي يشهده قطاع السياحة على مستوى العالم يدل على أن هذا القطاع لم يعد قطاع ترفيه وترف،و إنما أصبح قطاعاً مفروضاً على الاقتصاديات العالمية والوطنية كقطاع اقتصادي له زخم كبير ويتطلع إلى نمو أكبر.

و لكن السياحة العربية البينية مازالت في طور الانطلاق ،حيث بدأ الاهتمام بها مؤخراً ،لأنها كانت تعاني من وجود المعوقات التي مازال بعضها قائماً، وقد تم تجاوز البعض منها عن طريق تنسيق الجهود بين الهيئات والوزارات السياحية العربية في إطار الجامعة العربية والمنظمة العربية للسياحة ،من خلال التوصيات التي قُدمت دوماً، و الملتقيات العربية و الأسواق الاستثمارية لتجاوز هذه المعوقات ،و فتح مجالات السياحة البينية العربية ، والتي أثبتت قدرتها على التنافسية بعد أن نجحت في تجاوز الأزمة المالية و تحقيق معدلات نمو مرتفعة في معظم الدول العربية من بعد عام ٢٠٠٨،لكن هذا لا ينفي أنها ما زالت تحتاج إلى دعم من الحكومات ، و القطاع الخاص

النتائج و التوصيات

النتائج :

بعد الملتقيات السياحية و أسواق الاستثمار أجمع المستثمرون العرب على النتيجة التالية عربياً :

تتركز الفرص التنافسية للعالم العربي في:

١- السياحة العربية البينية، التي تبدو اليوم ذات أهمية قصوى

٢- يتوقع أن تجد الاستثمارات العربية أماناً أكبر للعمل في إطار العالم العربي، مما قد يسمح بتسريع الاستثمارات السياحية.

وعلى مستوى الاستثمار السياحي في سوريا وصلت الباحثة بعد الدراسة إلى النتائج التالية

١- إنّ عوامل الجذب الطبيعية للاستثمار السياحي متوافرة في سوريا من حيث جمال الطبيعة وتنوعها، ويجب استثمار هذه العوامل الطبيعية وتسويقها، وخاصةً أنها كانت أكثر البنود أهمية من وجهة نظر المستثمرين، لذلك يجب العمل على تسويق الطبيعة السورية لأنها أهم عوامل الجذب.

٢- نقاء الطبيعة وخلوها من التلوث هو العامل الثاني في الأهمية النسبية، والذي يدفع المستثمرين للاستثمار في سورية، كما أنه من الواجب الحفاظ على هذا النقاء ،لاستمرار بقائه عامل جذب للاستثمار السياحي.

٣- شعور الأمان والاستقرار الذي تتميز به سوريا هو العامل الثالث في الأهمية النسبية وهو من أهم عوامل جذب الاستثمارات.

٤- تؤثر العوامل الطبيعية والاجتماعية والبنية التحتية والبيئة القانونية والقرارات الحكومية على قرار الاستثمار السياحي العربي في سوريا، بل توجد علاقة قوية جداً بينها.

٥- البيروقراطية وصعوبة الحصول على التراخيص ،هي العائق الأول في الأهمية النسبية ،من معوقات الاستثمار السياحي في سوريا.

٦- الخلل بين الجودة والأسعار في الخدمات المقدمة إلى المنشآت السياحية احتلت المرتبة الثانية في الأهمية النسبية لمعوقات الاستثمار السياحي في سوريا .

٧- عدم توفر المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين مشكلة التمويل المصرفي للمشروعات السياحية ،كلها من معوقات الاستثمار السياحي في سوريا و تختلف بالأهمية النسبية.

٨- يوجد علاقة بين الاستثمار السياحي العربي في سوريا والتنمية الاقتصادية فيها .أي يؤثر الاستثمار السياحي بالبيئة والمجتمع والاقتصاد ولكنه يتأثر بنجاح الملتقيات السياحية التي تقيمها وزارة السياحة فكلما كانت ناجحة ازداد رغبة المستثمرين في الاستثمار في سوريا.

٩- توحيد المواصفات والمعايير بالمنشآت الفندقية والمطاعم السياحية والسفر والاستفادة من المعايير الدولية كان من أهم المقترحات لتحسين الاستثمار، و حصل على نسبة تأييد كبيرة جداً.

١٠- تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، ووضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة،احتل المرتبة الثانية في المقترحات لتحسين الاستثمار.

١١- ضرورة تفعيل دور منظمة السياحة العربية في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق نوع من التكامل السياحي لجذب الاستثمارات .

١٢- إنشاء صندوق استثمار يدعم المشروعات السياحية وإلغاء التأشيرة المسبقة .

١٣- إنشاء حقائب سياحية متكاملة في كافة الدول العربية من المقترحات الهامة لتحسين الاستثمار في سوريا.

توصيات للنهوض بالسياحة العربية البينية :

وبالرغم من كافة المبادرات التي سبقت الإشارة إليها فما زالت السياحة البينية العربية أقل من المأمول، وقد أجمعت كافة الدراسات التي تناولت هذه القضية على ضرورة القيام بمجموعة من الإجراءات وتبني عدد من المبادرات، من قبيل ذلك:

١- تفعيل دور منظمة السياحة العربية والتي أنشئت أخيرا في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق نوع من التكامل السياحي، والتنسيق الكامل بينها وبين المجلس الوزاري العربي للسياحة توحيداً للجهود و منعاً للازدواجية وتضارب الاختصاصات.

٢- تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، باعتبار أن ذلك سيتيح وضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة مثل مدينة طابا في مصر والعقبة في الأردن، أو تسويق الساحل الشمالي في مصر مع مناطق في ليبيا، كذلك يمكن تسويق مدينة أسوان في مصر مع شمال السودان الذي يحتوى أيضا على آثار، كما أن هذا الاتجاه في تسويق البرامج السياحية سيؤدى إلى زيادة جودة التسويق وتقليل تكاليفه، ويحول من ثم دون تضارب المقاصد السياحية على مستوى الوطن العربي.

٣- السعي من أجل إلغاء التأشيرة المسبقة بين الدول العربية كإجراء رئيس وأساسي للتنمية السياحية العربية البينية،ولكن مع وضع ضوابط و معايير لتحديد سبب الزيارة(و خصوصاً في سورية لتلافي الدخول العشوائي ، و للحصول على أرقام دقيقة لليالي السياحية العربية البينية)، وتطبيق سياسة السماوات المفتوحة بين جركة الطيران العربي، ومنح مزيد من التسهيلات لكل وسائل النقل بين الدول العربية.

٤- دعم القطاع الخاص في مجال الاستثمارات السياحية، اذ يعتبر القطاع الخاص المحرك الأساسي لتحقيق أي نهضة سياحية ومن ثم ينبغي أن تعمل الحكومات على تقديم المزيد من التسهيلات اللازمة للمستثمرين سواء العرب أو الأجانب، وذلك من خلال توفير الشروط الضرورية المحفزة على الاستثمار وفي مقدمتها توفير البنيات الأساسية، وتيسير الاستفادة من القروض المالية.

٥- إعطاء العناية اللازمة لقضايا التكوين التخصصي في المجال السياحي وتأهيل الموارد البشرية لما لذلك من انعكاس ايجابي على الرقي بالخدمات السياحية ومواكبتها للمستجدات الطارئة في هذا المجال على الصعيد العالمي.

٦- السعي من أجل إصدار دليل سياحي عربي موحد وذلك عن طريق القيام بمسح شامل للمواقع السياحية من خلال وضع خريطة سياحية للوطن العربي تحدد فيها المعالم الحضارية والثقافية ووحدات المبيت والخدمات بأنواعها ووضع دليل سياحي عربي يتضمن معلومات عن المؤسسات الفندقية والمكاتب السياحية والفعاليات والأنشطة السياحية المختلفة وتحقيق صيغة التبادل المشترك.

٧- تأكيد أهمية مراجعة وتبسيط الإطار التنظيمي والتشريعات والقوانين السياحية والمالية والاقتصادية لتشجيع أصحاب رؤوس الأموال العربية بشكل خاص على الاستثمار في قطاع السياحة في الوطن العربي بدلاً من الاستثمار خارج حدوده، ودعوة المغتربين العرب للعودة إلى الاستثمار في وطنهم العربي وإعطاء الأولوية للتنشيط والترويج السياحي بين الدول العربية من خلال فتح مكاتب وملحقات سياحية متخصصة في هذا المجال وزيادة الاهتمام بالحرف والصناعات التقليدية والاهتمام بالفنون الشعبية والنشاطات الثقافية ودعمها بإنشاء الأسواق والمراكز لما لها من أثر في تنشيط الحركة السياحية، وتوحيد المواصفات والمعايير بكافة المنشآت الفندقية والمطاعم السياحية والسفر والاستفادة من المعايير الدولية وتجارب الدول المتقدمة في ذلك واعتماد "الأيزو" السياحي العالمي منطلقاً للجودة والمواصفات.

٨- جذب الاستثمارات العربية بالإعفاءات الضريبية و حرية تحويل الأموال شأن مصر في ذلك. التي تحاول جذب الاستثمارات العربية إليها بالإعفاءات الضريبية لمدة عشر سنوات.

٩- إقامة مشروعات خاصة مكملة للنشاط السياحي ومشروعات سياحية عربية مشتركة تتمتع بالكفاءة بالأحجام الكبيرة والمتوسطة والصغيرة في مجالات تقديم الخدمات غير التقليدية، وإيجاد الفرص التسويقية الجديدة، وتوفير المعلومات والأبحاث ودراسات الجدوى للمشاريع السياحية، وإقامة معاهد التعليم والتدريب السياحي لتخرج الكوادر وفق المعايير الدولية، وفي مجال النقل السياحي .

١٠- العمل على وضع خطة عربية متكاملة لفرص الاستثمار السياحي.

١١- الحاجة إلى المزيد من وكالات جذب السياح الأجانب للمنطقة العربية مع إنشاء مواقع على الانترنت.

١٢- إنشاء شركات إعلامية متخصصة تقوم بتقديم برامج تليفزيونية تعرض على القنوات الدولية وبالعربية واللغات الأجنبية المختلفة.

١٣- في إطار حركة الخصخصة يطالب القطاع الخاص العربي بالاستثمار في المرافق السياحية القائمة قصد تطويرها وتحديثها، وكذلك إقامة المشروعات السياحية الكبرى الجديدة

١٤- الدعوة إلى إقامة صندوق عربي يعنى بالتمويل السياحي.

١٥- توفير شروط ضمان وحماية المستثمر.

١٦- الانتباه إلى تحسين درجة القطاع السياحي العربي وتأهيل القطاع الخاص العربي لملء فراغ الاستثمار السياحي في المنطقة بدلا من ترك المجال للقطاع الخاص الأجنبي في ضوء اتفاقات التجارة الدولية في الخدمات.

١٧- إيجاد الانسجام بين قوانين العمل في مؤسسات النشاط السياحي (وغيرها) مع مفاهيم الاستثمار الحديثة.

١٨- توحيد المواصفات والمعايير بالمنشآت الفندقية والمطاعم السياحية والسفر والاستفادة من المعايير الدولية.

إن هذه الخطوات وتلك التوصيات من شأنها إذا ما تم العمل بها أن تسهم على نحو تدريجي في تنمية القطاع السياحي العربي على وجه العموم، وتعزيز السياحة البينية العربية على وجه الخصوص .

المراجع

أولاً: الكتب و الأبحاث العلمية

١- أبو أحمد،رضا،صاحب، سماكة،علي محمود ، ٢٠١٠- *وادي السلام بين الواقع الفعلي و الاستثمار المستقبلي*،العراق.

٢- أبو عياش ، عبد الإله ، الطائي ، حميد - ٢٠٠٤ ، *التخطيط السياحي ، مدخل استراتيجي ، عمان* ، مؤسسة الوراق.

٣- أحمد،رشا،علي الدين ٢٠٠٤،*السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم نظرة قانونية* ،مصر.

٤- أحمد،أحمد، ٢٠٠٧-*تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية(دراسة ميدانية)*،رسالة ماجستير ،جامعة تشرين،سورية.

٥- البكري،فؤادة، ٢٠٠٧-*التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية،عالم الكتب*،ط١،القاهرة.

٦- الحميري ، موفق عدنان ، الحوامده ، د. نبيل زعل ، ٢٠٠٦- *الجغرافيا السياحية في القرن الحادي و العشرون* ،الأردن.

٧-الحمدان،سهيل، ٢٠٠١-*الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحيةو الفندقية*،دار الرضا ،دمشق، ٢٠٠١.

٨-الحوري،مثنى،الدباغ،اسماعيل، ٢٠٠١-مبادئ اقتصاديات السفر و السياحة ،ط١،مؤسسة الوراق للنشر،الأردن.

١٠-الخضيري،محسن، ١٩٩٨-*التسويق السياحي*،مؤسسة الثقافة الجامعية،الإسكندرية.

١١- الروبي، نبيل، ١٩٨٦-*اقتصاديات السياحة*،مؤسسة الثقافة ،الإسكندرية، .

١٢-الروبي ، نبيل ، ١٩٨٧ _ *التخطيط السياحي* . مؤسسة الثقافة ، الإسكندرية.

١٣-الطائي ، حميد ، ٢٠٠١- *أصول صناعة السياحة* ، مؤسسة الوراق للنشر ، الأردن ، عمان.

١٤-الظاهر نعيم ، إلياس سراب ، ٢٠٠١*مبادئ السياحة*، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان.

١٥- العبدلي،قحطان،عبد الرزاق،سمير، ١٩٩٦*الترويج و الإعلان*،دار زمران،عمان.

١٦-آغا القلعة،سعد الله، ٢٠٠٩-*الاستثمار السياحي في سوريا* ،وزارة السياحة .سوريا،.

١٧- حسين ، جليلة ، ٢٠٠٦- *دراسات في التنمية السياحية* ، الدار الجامعية ، الإسكندرية .

١٨- خضرة،جلال، -٢٠٠٧*التسويق السياحي*،دار نينوى،دمشق،.

١٩- سهام .بجاوية، ٢٠٠٥-*الاستثمارات العربية البينية و دورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي*،الجزائر ، رسالة ماجستير.

٢٠-عبد الحميد ، البوخاري، ٢٠١٠-*الاستثمارات العربية البينية الواقع والآفاق*،مجلة الباحث،العدد٧.

٢١-عبد العزيز،ماهر، ١٩٩٧-*صناعة السياحة*،دار زهران،عمان،

٢٢- عبد الوهاب ، صلاح الدين ، ١٩٩٠- *التخطيط السياحي* ، الدار القومية للطباعة و النشر ، مصر .

٢٣- كافي ، مصطفى – ٢٠٠٦، *صناعة السياحة كـحد الخيارات الإستراتيجية الاقتصادية*، دار الفرات للنشر ، بيروت،

٢٤-مقابلة،خالد،السرابي،علاء،*التسويق السياحي الحديث*،دار وائل للنشر،ط١،الأردن،.

٢٥- ورداني،يوسف ،محمد، ٢٠١٠-كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية و مردودها على صناعة السياحة ، رسالة ماجستير، مصر.

ثانياً:المراجع الأجنبية:

١- A BOLBOL.Ali ١٩٩٩,*Arab Trade and Free Trade: a Preliminary Analysis*, Cambridge University Press, ٧٤٣٨/٩٩, Middle East Study No ٣١.

٢- J afari,J,١٩٨٩, *Tourism as a factor of change an English language literature review* .

٣- *Inbound Tourism ,Arab tourists and tourist nights*, .ministry of tourism ,Egypt,٢٠٠٩-٢٠١٠

٤- VANHOVE،N,٢٠٠٥، *The Economics of Tourism Destinations,* Elsevier Butterworth Heinemann, UK.

ثالثاً: الدوريات و الصحف

١-منظمة السياحة و السفر العالمية ٢٠٠٩-٢٠٠٦,٢٠١٠

٢-تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة و السفر لعام ٢٠٠٨،www.weforum.org

٣--وكالة الأنباء الكويتية، كونا. ٢٠١٠.

٤-تقرير المجلس الدولي للسياحة و السفر لعام ٢٠١١

٥-لتقرير الصادر عن المجلس العالمي للسياحة و السفر ٢٠٠٩,WTTC

٦-مديرية الترويج السياحي بوزارة السياحة، سورية،٢٠٠٩-٢٠١٠.

٧-تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية -المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات ٢٠٠٤-٢٠٠٥-٢٠٠٦-٢٠٠٧-٢٠٠٧-٢٠٠٨-٢٠٠٩-٢٠١٠.

٨-تقارير تنافسية السياحة و السفر ،٢٠٠٧-٢٠٠٨-٢٠٠٩-٢٠١٠

٩-تقريرا لمنظمة العربية للسياحة،http:/www.arabictourism.org/، ٢٠١٠

١٠-دليل المستثمر السياحي ومنشورات وزارة السياحة في سوريا ٢٠٠٧,٢٠٠٩,٢٠١٠,٢٠٠٥

١١ -تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،المؤسسة العامة لتشيع الاستثمارات في لبنان ،ايدال ،٢٠٠٨.

١٢-هيئة تنشيط الاستثمار في الأردن،١٩٩٨,٢٠٠٨,٢٠١٠.

١٣-تقرير هيئة تنشيط الاستثمار،وزارة السياحة ،مصر ،٢٠٠٧.

١٤-الهيئة العليا للسياحة السعودية ،٢٠٠٩.

١٥تقرير المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية ، ٢٠٠٠.

١٦-*وزارة السياحة تطرح ١٢٣ مشروع للاستثمار*،صحيفة الشعب ، ٢٠٠٨

١٧-أسد،أيهم *تراجع ترتيب سورية ١٤ مرتبة على تقرير التنافسية العالمي لعام* ٢٠٠٩ ،صحيفة قاسيون،سورية،٢٠٠٩.

١٨-الشمري ،عطاف،*توقع نمو سوق تكنولوجيا المعلومات ٤.٤% العام المقبل* ،صحيفة الرياض ،السعودية ،الصفحة الأولى ،دار اليمامة الصحفية،٢٠٠٩

١٩-العربي،يوسف، *السياحة البينية العربية تواصل النمو رغم ضغوط الأزمة المالية العالمية*،صحيفة الاتحاد الإماراتية ،٢٠١٠.

٢٠-العرياني،أحمد، *البنى التحتية والمقومات البشرية والطبيعية وحدها لا تكفي لتذليل معوقات السياحة العربية البينية وتنويع مصادر الدخل*،،الجزيرة نت ،٢٠٠٨.

٢١-*السياحة العربية البينية الأكثر إنفاقاً و الأطول إقامة* ،صحيفة الوطن الكويتية ٢٠٠٨،

٢٢-*الرؤيا الاقتصادية ، مطالبات عربية بتأسيس بنك الاستثمار السياحي العربي* ،١٦ / ١ /٢٠١٠

٢٣-*السياحة العربية و تحديات المستقبل* ،مجلة اقتصاد و أسواق،الصفحة الرئيسية،www.ekwasnet.com.٢٠٠٦بكور ، نجلاء ، *السياحة البينية العربية ، استثمار واقعي لوحدة الثقافة و التاريخ* ،مجلة الرؤية الاقتصادية ، ٢٠٠٩

٢٤-عبد الحميد ، البوخاري،*الاستثمارات العربية البينية الواقع الآفاق*،مجلة الباحث،العدد٧_٢٠١٠ص ٢

٢٥-غاوي أحمد – *استثمارات سياحية عربية ب ٧ مليارات دولار لتخفيف ضغط الركود الاقتصادي العربي* . جريدة الرياض ،٢٠٠٩

٢٦-غصن،زياد،*مفاجآت غير سارة في تقرير التنافسية السياحية*،مجلة أبيض و أسود ،الع٢٦٣،ص رئيسية،سوريا،٢٠١٠.

٢٧-مؤسسة اقتصادية دولية :مصر ضمن الدول العشر الأقل تضررا من الأزمة المالية،صحيفة الجمهورية،٢٠١٠

رابعاً : مواقع الانترنت:

١- إحصائيات على موقع وزارة السياحة www.ministry of tourism-Syria

٢-جزا،طالب،مقال منشور على الانترنت بعنوان الاستثمار السياحي، HTTP://WWW.KINVEST.ORG/ARABIC/TOU-A.HTM.

٣-عبد الفضيل،محمود،*بنية و اتجاهات الاستثمارات العربية البينية،مجلة المعرفة ،ملفات خاصة*،٢٠٠٧،الصفحة ٢،الرئيسية، www.aljazera.com

٤-عبد العاطي ومحمد،*أسباب تنامي الاستثمارات العربية البينية*،المعرفة،ملفات خاصة ٢٠٠٧ www.aljazera.com

٥-المركز الدبلوماسي يوصي بتحقيق التكامل وإلغاء التأشيرات المسبقة وتبسيط الإجراءات مجلة عالم الاقتصاد، http:/www.ecoworld-mag.com/ .٢٠٠٩.

٦-آغا القلعة،سعد الله، الاستثمار السياحي في سورية ،وزارة السياحة،٢٠٠٩
http://www.syriatourism.org/new/moudles.php?op=modlood&name-subject&file=idex&req=viewpage&pageid=٦١٠

- ٧-www.tourism.gov.eg وزارة السياحة في مصر.

٨-تمهيداً لعقد الملتقى الأول للاستثمار السياحي العربي و ملتقى سوق الاستثمار الخامس ، http://www.syriatourism-invest.com/ar/word.php.

٩-أخبار سوريا،وكالة سانا الصفحة الرئيسية ، ٢٠١٠، www.sana.com

١٠-http://www.syriatourism.org/servers/gallery/٢٠٠٩٠٤٢٢-٠٥٤٢٤١.pdf-
ملتقي سوق الاستثمار ٢٠٠٩


ملاحق

مصر أشهر بلد في العالم يحتضن آثار العبقرية والإبداع في تاريخ الإنسان، حيث تحتضن أم الدنيا أكثر من ثلث آثار العالم بين فرعونية ويونانية ورومانية وقبطية وإسلامية وغيرها، وقد حباها الله طبيعة ساحرة ومناخاً مثالياً وجمالاً أخاذاً يجعلها أهم مقاصد السياحة عالميا.حيث تعتبر مصر من أهم نقاط الجذب السياحي بين دول العالم نظراً لما تتمتع به من مناطق سياحية متعددة، وإلى تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه. وقد ظهرت في الفترة الأخيرة أنماط سياحية جديدة أصبحت تخاطب شرائح أوسع من السائحين عبر العالم ،وذلك إضافة إلى الأنماط التقليدية المعروفة كسياحة الآثار على سبيل المثال. ومن هذه الأنماط سياحة المؤتمرات والمعارض الدولية وسياحة السفاري الصحراوية وسياحة اليخوت والسياحة البحرية والبيئية والعلاجية والرياضية ، وسياحة المهرجانات والفعاليات الترفيهية والثقافية ، و" سياحة مراكز الغوص" التي أصبحت تمثل اليوم نشاطاً سياحياً يلقى رواجا كبيرا تعكسه زيادة عدد هذه المراكز إلى ٣٤٦ مركزاً عام ٢٠٠٥.[١٠٩]

١,١,٣) المناخ الاستثماري في مصر :

هناك دراسة ميدانية قام بها فريق بحث من جامعة المنصورة (١٩٩٧) بعنوان المناخ الاستثماري في مصر . و اعتمدت الدراسة على عينة ممثلة تتكون من ٤٠٠ مستثمر مصري بالإضافة إلى ١٠٠ مستثمر عربي ،أظهروا استعدادا للتعاون مع الباحثين . و قد اعتمدت الدراسة على استطلاع آراء المستثمرين في تحديد العناصر المحددة لمناخ الاستثمار سلباً أو إيجاباً .و هذا ما يؤخذ على الدراسة ، إذ ليس كل ما يعتقده المستثمر في هذا السياق صحيح أو دقيق . و بناء علي المنهج الذي اعتمدت عليه حددت الدراسة ٢١ عنصراً جاذباً للاستثمار و ٢١ عنصراً آخراً طارداً للاستثمار . و خلصت الدراسة إلى أن أبرز خمسة عناصر جاذبة للاستثمار في مصر عموماً هي بالترتيب :[١١٠]

- حرية التعامل بالنقد الأجنبي .
- اتساع السوق المصري .
- استقرار أسعار الصرف .

[١٠٩] - ورداني،يوسف ،محمد،٢٠٠٨،كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية و مردودها على صناعة السياحة ، رسالة ماجستير، مصر .
[١١٠] - حسنين، جليلة،حسن،دراسات في التنمية السياحية،٢٠٠٦،الدار الجامعية الإسكندرية ،مصر.

- توافر مناخ استثماري مواتي .

- الاستقرار السياسي .

و أبرز خمسة عناصر جاذبة للاستثمار في القطاع الخدمي (السياحة خصوصاً) هي :

- توافر مناخ استثماري مواتي .

- توافر خرائط استثمارية مدروسة .

- حرية التعامل بالنقد الأجنبي .

- اتساع حجم السوق المصري .

- توافر الوعي الاستثماري .

أما أبرز خمسة عناصر طاردة للاستثمار في مصر و تسيء إلى المناخ الاستثماري ،، فهي بصفة عامة في جميع القطاعات و بترتيب الأهمية هذا :

- طول إجراءات التقاضي و فض المنازعات .

- المغالاة في الشرائح الضريبية .

- تضارب القوانين و السياسات .

- تضارب الاختصاصات في مجال اتخاذ القرار الاستثماري .

- تعدد الجهات المختصة باتخاذ قرار الاستثمار .

و في مجال الاستثمار السياحي فإن أهم العوامل المسيئة للمناخ الاستثماري هي نفس العوامل الثلاثة الأولى بالإضافة إلى : عدم مناسبة الهيكل التعليمي لحاجات الاستثمار و انخفاض الكفاءة الإدارية للمسؤولين . و يمكن الاستفادة من هذه الدراسة بالرغم من أنها غير حديثة نسبياً، فلم تأخذ بعين الاعتبار العديد من الأمور التي تغيرت في السنوات الماضية . و لم تخلو من بعض الملاحظات التي تؤخذ عليها [١١١]. و لكنها قدمت عرضاً جيداً لعوامل الجذب و الإعاقة للاستثمار السياحي .

---

[١١١] - حسنين ، جليلة حسن ، دراسات في التنمية السياحية – ٢٠٠٦، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر .

٢,١,٣) العوامل التي تؤثر في مناخ الاستثمار السياحي في مصر :

يتأثر مناخ الاستثمار السياحي في مصر بعدد من العوامل ، يمكن تصنيفها في مجموعتين أساسيتين ، أولهما العوامل التي تؤثر في الحافز على الاستثمار في قطاع السياحة خصوصاً ، تؤثر في الحافز على الاستثمار بشكل عام في كل القطاعات .

أما العوامل التي تتعلق بالقطاع السياحي خصوصاً فهي:

التشريعات السياحية – التشريعات المتعلقة بالاستثمار السياحي – التشريعات و المعاملات الضريبية و الجمركية – الإجراءات التنظيمية للعرض السياحي و الأسعار و الترويج – التمويل – سياسات الصرف الأجنبي – البنية الأساسية .

والعوامل التي تؤثر في الاستثمار في كافة قطاعات الاقتصاد القومي فهي :الإجراءات الخاصة بإثبات حقوق الملكية – الإجراءات الخاصة بالترخيص للأعمال الاستثمارية وحقوق المستثمرين –التشريعات الخاصة بالعمل وحقوق العمال – إجراءات التقاضي الخاصة بتنفيذ العقود وإثبات حقوق المتعاقدين .[١١٢]

١,٢,١,٣) التشريعات السياحية :

يمثل التشريع السياحي الإطار القانوني و التنظيمي الذي تلتزم به المنشأة السياحية أو الفندقية عند حصولها على ترخيص مزاولة النشاط السياحي . و بالتالي فإن وضوح التشريعات السياحية و ملاءمتها لأصحاب الأعمال و المستثمرين ، و تبسيط كافة الأمور الإجرائية المتعلقة بها ، يسهم في تحسين مناخ النشاط السياحي و تحقيق أهدافه . وإن عدم وضوح التشريعات السياحية أو عدم ملاءمتها للنشاط السياحي في إطار المتغيرات الاقتصادية و غير الاقتصادية ، الداخلية و الخارجية أو تعقد الإجراءات الخاصة بتنفيذها ، يسيء بدرجة أو بأخرى إلى مناخ الأعمال و الاستثمار السياحي و يؤدي إلى تخلف السياحة عن أداء دورها في الاقتصاد القومي .

[١١٢] - حسنين، جليلة،حسن، مرجع سبق ذكره ص٢٧.

٣,١,٣) الإجراءات الخاصة بتنظيم العرض السياحي و الأسعار و الترويج في مصر :

بينما تنظم التشريعات السياحية في مصر شروط منح تراخيص مزاولة النشاط للمشروعات الجديدة و شؤون أخرى عديدة متعلقة بالشركات و المنشآت القائمة و نشاطها ، فإن الأمر أيضاً يستلزم التدخل بإجراءات تتسم بالمرونة لتنظيم العرض السياحي و مراقبة الأسعار و الترويج . و لا يعني هذا العودة إلى الخطط المركزية و إلزام الشركات و المنشآت بما تقرره الدولة . كما كان الوضع في ظل الفلسفة الاشتراكية و القطاع العام . إنما هو تدخل من قبل الهيئات الرسمية المختصة ، يستهدف تحقيق الشروط الضرورية لكفاءة النشاط السياحي و تحقيق مصالح العاملين فيه من شركات و أفراد في إطار المصلحة الاقتصادية و الاجتماعية القومية .و من الناحية الاقتصادية يلزم التدخل لحماية السوق السياحي المصري زيادة أعداد الشركات السياحية و الفندقية التي تدخله، و زيادة طاقتها على نحو يتناسب مع حالة الطلب السياحي الحالي أو المتوقع . و يلاحظ في مصر سهولة دخول السوق السياحي للجميع " إذ أن القيود المحددة لدخول النشاط السياحي سواء كانت قانونية أو مالية ليست مانعة " وسهولة دخول السوق قد تؤدي إلى خلق فائض عرض في الطاقة الفندقية و الخدمات السياحية بشكل عام . أو في بعض المواقع بشكل خاص ، مما يؤدي إلى خفض أسعار الإقامة و الخدمات الأخرى بطرق معلنة أو غير معلنة. و كلما زاد فائض العرض كلما تدهورت الأسعار . و غالبا أيضا ما تتدهور نوعية الخدمات الفندقية و السياحية المعروضة في هذه الظروف بسبب رغبة الشركات في الحد من تدهور أرباحها بقدر الإمكان .كما أنه بسبب هذه الظروف أيضاً قد تظهر سلوكيات غير مرغوبة في مهنة السياحة مثل تعدي بعض الشركات السياحية على غيرها لخطف الأفواج السياحية القادمة . كذلك تؤدي الأسعار السياحية المنخفضة ، كلما استمرت إلى تشجيع سياحة الأعداد الكبيرة و هذه لها تكلفتها من حيث استهلاكها السريع للبنية السياحية الأساسية و للبيئة . و بصفة مؤكدة فإن مثل هذه الظروف لا تشجع على الاستثمار سواء من الشركات القائمة أو من المستثمرين الجدد.و في مصر أظهرت الإحصائيات زيادة غير عادية في الطاقة الإيوائية للفنادق في منطقتي البحر و جنوب سيناء في النصف الثاني من التسعينات ، صاحبت حملة الترويج السياحي لهاتين المنطقتين و الزيادة المطردة في الطلب السياحي الدولي . لكن تنظيم العرض السياحي كان ضرورياً حتى في هذه الظروف التي شهدت تعميراً لمواقع سياحية جديدة ، حيث ترتب على الاستثمارات نمواً في الطاقة الفندقية بمعدلات تفوق نمو الطلب السياحي الدولي بشكل ملحوظ أدى إلى هبوط في أسعار الإقامة و الخدمات السياحية الأخرى . ثم تحول إلى تدهور في هذه الأسعار ، و خاصة خلال الظروف

والأحداث التالية للحادي عشر من سبتمبر و حرب العراق و الانتفاضة الفلسطينية . ويظهر الجدول التالي مثالاً عن ذلك:

جدول رقم (٢٩) يبين نمو الطاقة الفندقية و نزلاء الفنادق من السائحين في بعض المحافظات

خلال الفترة ١٩٩٧ /٢٠٠٣

المحافظة	جنوب سيناء		البحر الأحمر		الأقصر		أسوان	
أعداد	الغرف	السائحون	الغرف	السائحون	الغرف	السائحون	الغرف	السائحون
١٩٩٧	٩٦٩٦	٧٤٣٨٣٢	١٥٠٤٦	٩٩٦٤٢٧	٤٦٦٩	٣٨٧٦٠٧	٢٧٣٩	٣٢٢٣٦٥
٢٠٠٠	٢٧٠٥٣	١٢١١٣٢٩	٣١٧٧٧	١٢٤٠٥٢٨	٣٩٧٢	٥٨٦٩٣٩	٢٧٣٧	٧٨٥٩٠٧
٢٠٠٣	٣٨٧٥٤	١٩٧٥٧٧٦	٣٦١٣٥	١٦٨٥٨٦٧	٥٠٢٦	٣١٣١١٨	٢٩٨٣	٤٦٨٣٠٧
معدل النمو السنوي (%)								
٢٠٠٠/١٩٩٧	٥٩	٢١	٣٧,١	٨,٢	٥-	١٧,١	٠	٤٧,٩
٢٠٠٣/٢٠٠٠	١٤,٤	٢١	٤,٦	١٢	٨,٩	١٥,٦-	٣	١٣,٥-
٢٠٠٣/١٩٩٧	٥٠	٢٧,٦	٢٣,٤	١١,٥	١,٣	٣-	١,٥	٧,٥

المصدر: حسنين ، د. جليلة حسن ، دراسات في التنمية السياحية بـ ٢٠٠٦، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر

- زيادة الطاقة الفندقية مقدرة بعدد الغرف في الفترة ١٩٩٧ / ٢٠٠٠ بمعدل ٥٩% سنوياً في منطقة جنوب سيناء ، بينما ازداد عدد نزلاء الفنادق من السائحين بمعدل ٢١% سنوياً فقط ، و كذلك في منطقة البحر الأحمر زادت الطاقة الفندقية بمعدل ٣٧% سنوياً ، بينما ازداد عدد النزلاء السائحين بنحو ٨% فقط . و في نفس هذه الفترة (١٩٩٧ /٢٠٠٠) نمت أعداد السائحين في فنادق الأقصر بمعدل ١٧% سنوياً ، بينما تناقصت أعداد الغرف بمعدل ٥% سنوياً ، و كانت الأمور أشد في أسوان من حيث ظهور فائض طلب حيث زادت أعداد السائحين نزلاء الفنادق بنحو ٤٨%، بينما ظلت الطاقة الفندقية مقاسة بعدد الغرف ثابتة . و هكذا ظهر فائض عرض كبير في منطقتي جنوب سيناء و البحر الأحمر أدى إلى انخفاض

الأسعار الفندقية بينما حدث العكس في منطقتي الأقصر و أسوان حيث أدى فائض الطلب إلى ارتفاع غير مرغوب في الأسعار الفندقية و السياحية .

وخلال الفترة ٢٠٠٠ / ٢٠٠٣ انعكس الوضع في منطقتي جنوب سيناء و البحر الأحمر ، فانكمشت الاستثمارات السياحية و انخفض معدل نمو الطاقة الفندقية انخفاضاً كبيراً بالمقارنة بمعدل نمو الطلب السياحي مقاساً بأعداد النزلاء في الفنادق و على سبيل التأكيد لم يكن هذا بسبب حالة الطلب السياحي ، بل من الواضح أنه كان رد فعل طبيعي للإفراط الشديد في الاستثمارات الفندقية التي شهدتها الفترة ١٩٩٧ / ٢٠٠٠ . و يؤكد هذا متوسطات نمو الطاقة الفندقية و نزلاء الفنادق عن الفترة ١٩٩٧ / ٢٠٠٣ و التي تؤكد أنه بالرغم من تباطؤ معدل الاستثمارات الفندقية خلال النصف الثاني من الست سنوات المذكورة إلا أنه ما زال أعلى بكثير من معدل نمو الطلب السياحي . أما الوضع في منطقتي الأقصر و أسوان فيستحق الملاحظة خلال الفترة ٢٠٠٠ / ٢٠٠٣ ففي كلتا الحالتين تناقصت أعداد نزلاء الفنادق من السائحين ، بينما أدى تنفيذ بعض الاستثمارات إلى زيادة الطاقة الفندقية بنحو ٩% و ٣% سنوياً في الأقصر و أسوان على الترتيب . و واضح أن السياحة في هاتين المنطقتين و هي بطبيعتها تقليدية و موسمية قد تأثرت بأحداث الفترة و ربما أيضا إلى حد كبير بالأسعار السياحية التي كانت مرتفعة خلالها بسبب قصور الطاقة الفندقية .[١١٣]

- إن المقصود من استعراض هذه الإحصائيات هو الإشارة إلى ضرورة تنظيم العرض السياحي،فهناك فائض عرض قد يحدث في مناطق و قصور في مناطق أخرى .لكن تنظيم العرض يجب أن يتم دائماً بالمقارنة بالطلب السياحي .و لا نقصد الطلب السياحي الحاضر فقط بل من الضروري أخذ الطلب المتوقع في المستقبل ، فالاستثمار السياحي بطبعه طويل الأجل ، لكن تقدير الطلب ينبغي أن يتم بعد دراسات دقيقة للسوق السياحي العالمي و التنبؤ قدر الإمكان باتجاهاته و ما يوثر فيه من أحداث . لأن التنظيم الجيد للعرض السياحي بهذا المفهوم يعد أكبر ضمان لعدم تقلب الأسعار هبوطاً أو ارتفاعاً على نحو يضر بالمنشآت السياحية ، و على نحو يضر بصناعة السياحة و انتظام تيار الاستثمار الذي يتدفق .

٤,١,٣) واقع السياحة في مصر :

إنّ السياحة العربية في مصر قد تطورت بشكل كبير ما بين عامي ٢٠٠٦ و٢٠٠٨، حيث ارتفع عدد السياح العرب في مصر من مليون و ٩٠٠ألف سائح إلى مليونين ،أي بزيادة ١٣%. حيث أن السياح العرب يأتون إلى مصر في إطار سياحة عائلية ، و هم يحصلون على

---

[١١٣] - حسنين . د حليلة حسن ، مرجع سبق ذكره .

تخفيض للطلاب الجامعيين بنسبة ٥٠% ، و دخول مجاني للأطفال حتى سن ١٢ سنة للمنتجعات و القرى السياحي. إضافة إلى تخفيض تعرفة الفنادق للعرب بنسبة ٥٠ %.[١١٤] و الجدول التالي يظهر واقع السياحة في مصر بالأرقام اعتماداً على تقارير لوزارة السياحة[١١٥]:

جدول رقم (٣٠) يظهر أعداد السياح العرب في مصر من ٢٠٠٠- ٢٠١٠

العام	السياح العرب/مليون	التغير%
٢٠٠٠	١.٠	٠.٨-
٢٠٠١	١.٠	٢.٢-
٢٠٠٢	١.١	١٦.٠
٢٠٠٣	١.٣	١٧.٢
٢٠٠٤	١.٥	١٣.١
٢٠٠٥	١.٧	١٣.٨
٢٠٠٦	١.٩	١٢.٩
٢٠٠٧	٢.٠	٢.٠
٢٠٠٨	٢.٠	٠.٢-
٢٠٠٩	١.٩	٣.٩
٢٠١٠	٢.١	١١.٣
المصدر :إعداد الباحثة اعتماداً على التقرير الإحصائي لوزارة السياحة في مصر ٢٠٠٩/٢٠١٠		

١١٤ -بكرو،نجلاء،السياحة العربية البينية استثمار واقعي لوحدة التاريخ و الثقافة،مجلة الرؤية الاقتصادية ،دمشق،٢٠٠٩ .

١١٥-Inbound Tourism ,Arab tourists and tourist nights, .ministry of tourism ,Egypt,٢٠٠٩/٢٠١٠ -

حيث نلاحظ كيف تضاعف عدد السياح خلال العشر سنوات الماضية، بفضل السياسات والتشريعات المطبقة في مجال الاستثمار و بالإضافة إلى الترويج و الدعاية القوية التي تطبقها مصر لدعم وتطوير السياحة و قدوم السياح ، و بالنسبة لليالي السياحية نعرض الجدول التالي الذي يظهر تطور عدد الليالي السياحية العربية في مصر منذ عام ٢٠٠٠ حتى عام ٢٠١٠ .[١١٦]
و نلاحظ ازدياد عدد الليالي السياحة العربية خمسة أضعاف ما بين ٢٠٠٠–٢٠١٠، و ذلك بسبب تشجيع الحكومة للاستثمارات في الفنادق و المنشآت السياحية، تلبيةً للنمو الكبير في أعداد السائحين العرب وهذا يتفق مع سياسة مصر في تطبيق تنظيم العرض السياحي بما يتماشى مع الطلب:

جدول رقم (٣١) يظهر الليالي السياحية العربية في مصر ٢٠٠٠-٢٠١٠

العام	الليالي السياحية العربية/مليون	التغير%
٢٠٠٠	٥.٦	٦.٠٠-
٢٠٠١	٦.٠	٧.٥
٢٠٠٢	٧.١	١٨.٨
٢٠٠٣	١٥.١	١١١,٧
٢٠٠٤	٢٠.٤	٣٥,٢
٢٠٠٥	٢٢,٣	٩.٢
٢٠٠٦	٢٤,٩	١١.٢
٢٠٠٧	٢٦,١	٥.٠
٢٠٠٨	٢٥,٤	٢.٨-
٢٠٠٩	٢٥,٠	١.٤-
٢٠١٠	٢٩.١	١٦.٣

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات وزارة السياحة لعام ٢٠٠٩، و التقرير الإحصائي لعام ٢٠١٠،مصر

[١١٦] -وزارة السياحة ،مصر،٢٠١٠,٢٠٠٩ www.tourism.gov.eg

نلاحظ من الجدولين السابقين ارتفاع نسبة التغير في أعداد السياح و الليالي السياحية منذ عام ٢٠٠٢-٢٠٠٣بشكل كبير ، و يعود ذلك حسب رأي الباحثة إلى أحداث ١١ أيلول التي أدت إلى تغيير وجهات السفر لدى العرب بشكل عام ، و توجههم إلى الدول العربية ، و مصر من أهم المقاصد السياحية العربية ، التي يرغب السائح بزيارتها.

وأشارت إحصائيات منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، إلى أن التنوع في المنتج السياحي المصري، قد أدى إلى أن واحد من بين كل ٥ سياح قادمين إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يتوجه إلى مصر، الأمر الذي نتج عنه أن بلغت الإيرادات السياحية في مصر خلال العام المالي ٢٠٠٦/٢٠٠٧ حوالي ٨.١٨ مليار دولار بزيادة قدرها حوالي ١٣% عن عام ٢٠٠٥/٢٠٠٦.و بلغ عدد السياح الذين زاروا مصر نحو١١.١مليون سائح لعام ٢٠٠٧مقابل مليوني سائح في ٢٠٠٦ ، أي بزيادة قدرها٢٢.١%. و بلغ عدد الليالي المصرية ١١١مليون في ٢٠٠٧ مقابل ٨٩ليلة في ٢٠٠٦ وبلغت مساهمة قطاع السياحة نسبة ٩٣.٢% من قيمة الصادرات الخدمية لمصر في عام ٢٠٠٦/٢٠٠٧.[١١٧]

وفيما بعد الأزمة المالية العالمية ، وفقاً لآراء المسؤولين الاقتصاديين فإن مصر كانت من بين الدول العشر الأقل تضرراً من الأزمة المالية ،[١١٨] فعلى المستوى السياحي لم يتناقص عدد السياح، و الليالي السياحي العربية إلاّ بنسبة قليلة جداً ، بل يمكن القول حسب الجدولين السابقين أن عد السياح و الليالي السياحية بقيت تقريباً ثابتة ، حيث بلغ عدد السياح مليون و تسعمائة ألف في عام ٢٠٠٩مقابل مليونين في عام ٢٠٠٨. ثم يعود للارتفاع بنسبة جيدة تصل إلى ١٣% في عام ٢٠١٠ ليصل عدد السياح العرب إلى مليونين و مئة ألف ، و عدد الليالي السياحة إلى ٢٩مليون و مئة ألف ، أي بتغير مرتفع يصل إلى ١٦.٣% ..بالإضافة إلى ذلك فإن مصر استقبلت في الموسم ٢٠٠٨ حوالي ١٢.٨ مليون سائح،علماً أنّ الدول التي تخطت المليون سائح في موسم ٢٠٠٨ كانت روسيا حوالي ١.٨ مليون سائح، ثم ألمانيا وبريطانيا حوالي ١.٢ مليون سائح، ثم إيطاليا حوالي مليون سائح.[١١٩] وبالنسبة لموقف مصر في تقرير منظمة السياحة و السفر لعام ٢٠١٠،فإن مصر جاءت في المركز الـ(١٨) في قائمة كبرى الدول استقبالا للسياح في العالم في٢٠١٠ وهي بذلك تدخل نادي الــ٢٠ دولة الكبرى سياحياً في العالم لأول مرة، وكانت في السنوات الأخيرة بين المركزين٢٠ و٢٥ ـ وفي العائدات

---

١١٧ ـ ورداني،يوسف ،محمد ، مرجع سبق ذكره.
١١٨ ـمؤسسة اقتصادية دولية :مصر ضمن الدول العشر الأقل تضررا من الأزمة المالية،صحيفة الجمهورية،٢٠١٠
١١٩ ـالتقرير الصادر عن المجلس العالمي للسياحة و السفر ٢٠٠٩,WTTC

جاءت مصر في المركز الــ٢٢، أما في إنفاق المصريين علي السياحة فجاءت في المركز الــ٤٨ عالمياً[١٢٠].

٥,١,٣) الأنماط الجديدة في السياحة المصرية:

عرفت مصر بالتنوع بالمنتج السياحي و إيجاد أنماط جديدة لعوامل الجذب السياحي ، فمصر وحتى موسم ٨٥ – ٨٦ كانت تعتمد على السياحة الثقافية، ولكن طبقا لإحصائيات دولية، فإن هذا الناتج السياحي لا يمثل سوى ١٥ في المائة من حركة السياحة العالمية، وهو ما استلزم من وزارة السياحة استحداث منتجات سياحية أخرى مثل سياحة الترفيه لجذب أنواع جديدة من السياح واستغلال مناطق مثل البحر الأحمر وجنوب سيناء، خاصة بعد تطبيق سياحة طيران «الشارتر» أو ما يعرف بالطيران العارض، وقد أدى ذلك إلى حدوث طفرة في أعداد السياح الوافدين ، فبالإضافة إلى **سياحة الترفيه** التي تنتشر في مصر **وسياحة المهرجانات الفنية** توجد سياحة **المؤتمرات** التي ازدهرت بسبب موقع مصر السياسي،حيث استضافت مصر أول بورصة سياحية دولية باسم بورصة البحر المتوسط.**توجد سياحة السفاري** وفيها توفر شركات السياحة الخيام والمعدات اللازمة للحياة البدوية في المناطق الصحراوية، بما يُمكن السياح من معايشة هذه الحياة التي تجمع بين البساطة وقسوة الطبيعة الجبلية الصحراوية، ومراقبة الحيوانات في الصحراء.تزدهر **سياحة اليخوت** في ساحل البحر الأبيض المتوسط الذي يجوبه أكثر من ٣٠ ألف يخت سنوياً وقد تم افتتاح أول مارينا لليخوت في خليج نعمه بشرم الشيخ تم انشاؤها بأحدث الأساليب التكنولوجية ويعتبر المشروع خطوة هامة على طريق تنمية سياحة اليخوت البحرية فى مصر وهو نمط سياحي مستحدث يمكن أن يضيف دخلا سياحيا وجاري إصدار تشريع جديد لتنظيم سياحة اليخوت البحرية و سهولـــــة دخولها وخروجها و تخفيض الرسوم المفروضة و أساليب التعامل مع السياح . ثم **السياحة العلاجية** عن طريق المياه المعدنية التي تنتشر عيونها في مصرالتي يبلغ عددها ١٣٥ مثل حلوان و العين السخنة التي اشتهرت عالمياً لعلاج الأمراض، وقد أثبتت التحليلات المعملية احتواء الكثير من هذه الينابيع الطبيعية على أعلى نسبة من عنصر الكبريت مقارنة بالآبار المنتشرة في شتى أنحاء العالم ، و الكثبان الرملية في الصحراء المصرية التي تستخدم لعلاج آلام العمود الفقري.[١٢١] استحدثت سياحة السفاري، خاصة أن حجم الصحراء يمثل حوالي ٩٤ في المائة من مساحة مصر، ووقع الاختيار على مناطق في الصحراء الغربية في مناطق الجلف الكبير والواحات البحرية، ومناطق في جنوب سيناء مثل رأس محمد وشرم الشيخ ودهب، وسياحة الاستشفاء،

[١٢٠] -منظمة السياحة و السفر لعام ٢٠١٠.
[١٢١] -ورداني ،يوسف محمد ، مرجع سبق ذكره.

وسياحة الغوص في البحر الأحمر بنفس المعايير الدولية الموجودة في أي مكان للغوص في العالم، وقد استعنا بشركة نمساوية متخصصة في نفس هذا المجال، وهناك أنواع أخرى تدرس وأخذ الموافقة عليها من قبل الجهات الحكومية المعنية لوضع القواعد المنظمة لها مثل سياحة اليخوت المعروفة بسياحة الأثرياء، حيث يتوفر في مصر من الشواطئ ما يستوعب هذا النوع من السياحة .

٦,١,٣) موقع مصر في تقرير السياحة التنافسي في العالم:

احتلت مصر المرتبة ٦٦ في تقرير التنافسية السياحية والسفر الذي أصدره المنتدى الاقتصادي العالمي في مارس ٢٠٠٨، وتم إجراؤه على عدد ١٣٠ دولة بعد أن كانت تشغل المرتبة رقم ٥٨ في عام ٢٠٠٧. بينما احتلت مصر المرتبة ٦٤ في تقرير٢٠٠٩ وقد سبق مصر في ترتيب المؤشر العام خمسة دول عربية، هي: قطر (٣٧)، وتونس (٣٩) والإمارات (٤٠)، والبحرين (٤٨)، والأردن (٥٣). وأشار التقرير إلى أن مصر تملك ثاني أفضل تنافسية في الأسعار في العالم بعد إندونيسيا بسبب الأسعار المنخفضة نسبياً بما فيها أسعار الوقود والغرف الفندقية، بالإضافة إلى ضرائب التذاكر ورسوم المطار المنخفضة إلى حد ما. وأوضح التقرير أن سبب تراجع تصنيف مصر عن العام ٢٠٠٧ يكمن في تراجع البنية التحتية العامة للبلد، وخصوصاً البنية التحتية للسياحة التي نالت المرتبة ،٦٩ والبنية التحتية لتقنية المعلومات التي احتلت المرتبة ٨٧، ونوعية الموارد البشرية للبلاد والمتاحة للعمل في القطاع السياحي .[١٢٢] و كما ذُكر سابقاً هذه المشكلة تعاني منها معظم الدول العربية ، و لكن بدرجات متفاوتة،ولكن في مصر هناك كل يوم مشاريع سياحية، و هناك عدد كبير من السياح يومياً ، و ربما هذا يؤدي إلى استهلاك البنى التحتية، أو يجعل البنى التحتية المتوافرة دوماً لا تتناسب مع ما هو مطلوب.

٧,١,٣) سياسة مصر لجذب السياح و الاستثمارات السياحة البينية:

تشير الإحصاءات إلى احتلال مصر المرتبة الأولى في السياحة العربية، بدليل الإقبال الكبير لرأس المال العربي على الاستثمار فيها في هذا المجال، فمصر ما زالت الأولى سياحياً على مستوى الوطن العربي .توجد استثمارات متبادلة بين مصر والدول العربية، وأن الوزارة قامت بالتعاقد على ٥٧٠ مشروعاً تضم منتجعات وقرى سياحية بطاقة فندقية ١٩ ألف غرفة،

[١٢٢] ـتقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة و السفر لعام ٢٠٠٨،www.weforum.org .

وقدرت تكاليف هذه الاستثمارات بنحو ١٣ مليار جنيه مصري. بلغت السياحة العربية الوافدة لنفس الموسم ٢٠٠٨ حوالي ٢٠ في المائة من عدد السياح، واحتلت ليبيا المركز الأول بحوالي ٥٠٠ ألف سائح، تلتها المملكة العربية السعودية بحوالي ٤٠٠ ألف سائح، وأخيرا الكويت بحوالي ٢٥٠ ألف سائح، سوريا ١١٠٠٠٠ سائح ثم دول عربية أخرى بأعداد أقل وبنسب متقاربة. قامت هيئة التنشيط السياحي بالفعل بطرح برامج سياحية للعرب فقط، ولأول مرة في ٢٠٠٨ حيث كان هناك اتفاق مع المنظمين والوكلاء السياحيين في الدول العربية على دعمهم بنسبة ٥٠ في المائة من إجمالي الإعلانات المشتركة على أساس أنها جزء من مصروفات حملة الترويج، كذلك تطبيق قواعد طيران «الشارتر» لأول مرة أيضا على الأسواق العربية أسوة بالدول الأوروبية، وأيضا القوافل السياحية في الدول العربية فقد استضافت مصر ٧٠ صحفياً عربياً من المملكة والإمارات والكويت وتونس وليبيا والجزائر ونظمت لهم رحلات تعريفية في مناطق سياحية عديدة.

والتوجه الأساسي للسياحة المصرية موجه إلى دول مجلس التعاون الخليجي أولا، نظرا للقدرة المالية للمواطن الخليجي، وثانيا لوجود أجانب يعملون ويقيمون في دول الخليج، ونظمت حملة إعلانية في القنوات التلفزيونية الخليجية من خلال فيلم مدته ٣٠ ثانية تحت شعار «نورت مصر»، وبالتوازي مع حملة أخرى في المجلات الخليجية لدعوة السائح الخليجي لقضاء إجازة شهر رمضان في مصر تحت شعار «مصر روحها في رمضان» كون مصر دولة إسلامية وتتمتع بمظاهر الجو الشرقي الديني، خاصة في شهر رمضان، وتشمل الحملات كل البرامج السياحية والثقافية والدينية التي ستقام خلال الصيف وشهر رمضان، مثل برامج الخيام الرمضانية وحفلات الأوبرا وساقية الصاوي. **علماً أن** ان السياحة الكويتية الوافدة لمصر تمثل أهم روافد السياحة العربية لاسيما وأن دولة الكويت تعد الثالثة عربيا في نسبة أعداد السياح العرب الوافدين إلى البلاد بعد السعودية وليبيا. ان قيمة الاستثمارات السياحية الإماراتية في مصر تبلغ نحو ٤ مليارات دولار وهو ما يعادل ٣٠ في المائة من إجمالي الاستثمارات السياحية العربية.[١٢٣]

-بلغ حجم الاستثمارات العربية في مجال السياحة في نهاية عام٢٠١٠ حوالي ١.٣ مليار دولار، وهي استثمارات معظمها لمستثمرين من دول الخليج العربي، وهي على الترتيب المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات ودولة الكويت وليبيا، وتبلغ عدد الشركات العربية ٣٨ شركة تمتلك عددا كبيرا من الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية.[١٢٤]

---

١٢٣ -وكالة الأنباء الكويتية، كونا. ٢٠١٠

١٢٤ -وكالة الأنباء الكويتية،٢٠١٠

أما عن سبل جذبها فإن مصر تعطي امتيازات إضافية للمستثمر العربي لا يحصل عليها المستثمر الأجنبي، بل تكون الأولوية لرأس المال العربي، ومن هذه الامتيازات الإعفاء الضريبي لمدة عشر سنوات، حرية تحويل الأرباح كاملة إلى أي مكان خارج مصر دون قيود، بالإضافة للميزة السعرية لسعر متر الأرض التي يقام عليها المشروع، الذي قد يصل إلى دولار واحد حسب المنطقة، مع إمكانية منح حق التملك للعرب .

٨,١,٣) البنية التحتية في مصر:

تزايد إجمالي عدد الفنادق الثابتة والقرى السياحية والفنادق العائمة بشكل ملحوظ خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠٠٦)، حيث وصل عددها في عام ٢٠٠٦ إلى ١٣٣٢ فندق وقرية مقارنة بـ ٨٢٩ فندق وقرية عام ١٩٩٨، وذلك بمعدل زيادة يبلغ ٥٣.٣%. ونتيجة لهذه الزيادة زادت الطاقة الإيوائية بحوالي ١٠ أضعاف خلال الفترة ١٩٨١/١٩٨٢-٢٠٠٦، ووصل عدد الغرف بالفنادق الثابتة والعائمة والقرى السياحية إلى ١٨٧.٥ ألف غرفة في تموز ٢٠٠٧ بمعدل زيادة ١٨% عما كان عليه الوضع أيلول ٢٠٠٥. هذا، وقد شهدت الفترة ١٩٩٦/١٩٩٧-٢٠٠٦/٢٠٠٧ زيادة مستمرة وملحوظة في أعداد الليالي السياحية للمغادرين إذ بلغت ٩٦.٢٧ مليون ليلة في عام ٢٠٠٦/٢٠٠٧ مقارنة بحوالي ٢٥.٩٩ مليون ليلة عام ١٩٩٦/١٩٩٧، وذلك بنسبة زيادة قدرها ٢٧٠%.و كانت وزارة السياحة المصرية قد سعت في خطتها الخمسية إلى زيادة الطاقة الفندقية التي تقدر ب ١٥٠ ألف غرفة بنحو ٩٠ ألف غرفة لتصل إلى ٢٤٠ ألف غرفة، وبإنشاء ٧٥٠ فندقاً وقرية سياحية خلال الفترة ٢٠٠٥-٢٠١١. وبالفعل انتهت الدولة خلال الفترة (من أيلول ٢٠٠٥- تموز٢٠٠٧) من إنشاء ١٦٠ فندقاً جديداً ، وتحقيق زيادة في عدد الليالي السياحية بنسبة ١٢.٤%.[١٢٥]

وشهد عام ٢٠٠٦ تنفيذ أكثر من مشروع فندقي حيث هدف مشروع تطوير منطقة سيدي عبد الرحمن إلى إضافة نحو ثلاثة آلاف غرفة فندقية وملاعب جولف ومارينا علي مستوي عالمي. كما تم افتتاح فندق عالمي بالساحل الشمالي خلال عام ٢٠٠٦ يتكون من ٤٠٠ غرفة كمرحلة أولي من المشروع الذي يضم ستة فنادق علي مساحة ثلاثة ملايين متر مربع وباستثمارات تبلغ مليار جنيه حيث يوفر نحو ٥٠ ألف فرصة عمل ، و قد وصل عدد العمالة في ٢٠١٠ إلى حوالي ٣٠٠ ألف عامل، ويجب الإشارة هنا إلى أن قطاع السياحة من القطاعات التي تتميز بأنها كثيفة العمالة، كما يقوم على قطاع السياحة حوالي ٧٠ مهنة مغذية ومرتبطة به، وهي العمالة غير المباشرة، والفرص التي يوفرها القطاع قائمة على التوسع في

[١٢٥] -هيئة التنشيط السياحي المصرية،٢٠٠٧.

الطاقة الفندقية التي بلغت بنهاية الموسم ٢٠١٠ (٢١١ ألف) غرفة و تحت الإنشاء ١٥٧ ألف غرفة، وفي كل يوم تنشأ مشاريع جديدة وتضاف غرف جديدة وبالتالي تضاف عمالة جديدة .وقد وضعت وزارة السياحة إستراتيجية حتى نهاية عام ٢٠١٤ تستهدف تحقيق معدل يصل إلى ١٦ مليون سائح، ويصل بنهاية عام ٢٠٢٠ إلى ٢٥ مليون سائح.[126] و لكن هذه الخطة كانت قبل الثورة المصرية التي حصلت في ٢٠١١، و التي أثرت في السياحة المصرية ، رغم جهود وزارة السياحة المصرية للنهوض بسرعة بالسياحة المصرية بأقل الخسائر الممكنة.

الخلاصة: بعد دراسة تجربة مصر السياحية، و التي تعد كما ذُكر في البحث سابقاً قبلة للسائحين، ترى الباحثة أنها تجربة غنية جداً بالنسبة لدولة عربية تعاني من تضخم سكاني كبير، و تمتلك ثروات وإمكانات سياحية كثيرة ،، استطاعت استغلالها بشكل سليم ، ووظفت كل الطاقات لديها لاستثمار المواقع السياحية الموجودة ،و الموارد البشرية المؤهلة، وزيادة ميزانية الترويج السياحي ، و رفع سوية الدعاية و الإعلان السياحي بشكل يغطي جميع دول الوطن العربي ، و يشجع السياح للقدوم إلى مصر من كل مكان و في جميع المواسم السياحة. لكن ما يميز التجربة السياحية المصرية ، بالإضافة إلى العم و التمويل الذي يحظى به الترويج السياحي، إتباع سياسة تنظيم العرض السياحي بما يتلاءم مع الطلب السياحي للمحافظة على البنية التحية من الاستهلاك.

[126]- تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة و السفر لعام ٢٠٠٨.

التجربة الأردنية في السياحة العربية :

يمر الأردن بتجربة سياحية فريدة تعززها الخصائص المتميزة الذي يتصف بها المنتج السياحي الأردني ، فالأردن بحكم سماته السياحية المتنوعة ، و تراثه و إرثه الحضاري ، و غزارة مواقعه الأثرية التي تزيد أعداد الموثق منها على عشرين ألف موقع عبارة عن متحف طبيعي مفتوح يملك كل المقومات و الإمكانات للتحول إلى منطقة جذب سياحي رئيسة ليس على مستوى الشرق الأوسط فحسب و إنما على المستوى العالمي أيضاً . و إدراكاً من القطاع الخاص لجدوى الفرص الاستثمارية الواسعة التي يوفرها المنتج السياحي و الأثري الأردني فقد تكثفت الاستثمارات و تدفقت رؤوس الأموال إلى المشاريع السياحية، و خاصة الفندقية و المنتجعات و القرى السياحية، و النقل السياحي و الخدمات السياحية، و عززت الدولة بخططها و إستراتيجيتها و سياساتها و تشريعاتها جهود القطاع الخاص في إطار تنمية سياحية مستديمة و متوازنة ، و استجاب القطاع المصرفي الأردني للمستثمرين في المجالات السياحية، فقد توسع دور المصارف في تقديم القروض و التسهيلات الائتمانية التي سجلت معدلات نمو عالية تزيد على ١٧ % سنوياً خلال السنوات الماضية،و سجلت السياحة الأردنية تجربة ناجحة في تعاملها مع أسواق السياحة الإقليمية المحيطة بالأردن، و العربية و خاصة الدول الخليجية ،فقد عوّضت السياحة الخليجية من خلال معدلات النمو العالية و القياسية التي سجلتها المملكة التراجع السياحي من أسواق العالمية ، و أثبتت هذه التجربة الناجحة أن السياحة البينية العربية تقوم بدور رائد في تغطية العجز السياحي للدول العربية نتيجة الظروف الاستثنائية التي يمكن أن تمر بها أسواقها السياحية . كما أنّ تعزيز هذه الظاهرة يخلق أجواء حقيقية للتكامل العربي ليس في بعده الاقتصادي فقط و إنما أيضاً في جوانبه الثقافية و الاجتماعية حيث تعمل السياحة على دمج المجتمعات العربية بعضها مع بعض . و قد أدى تزايد الطلب على المنتج السياحي الأردني خاصة منذ ١٩٩٤ إلى تحول جذري و إيجابي في التعامل مع القطاع السياحي الذي أخذ تدريجياً يحتل المكانة الأولى في التوجهات الوطنية ،و تفاعلت الدولة بمؤسساتها المختلفة لتهيئة البيئة الاستثمارية و توفيرها لتنشيط الاستثمار، و جذب رؤوس الأموال إلى المشاريع و الخدمات السياحية ، و سارعت إلى إصدار التشريعات والقوانين و الأنظمة المعززة لفرص الاستثمار السياحي. كما تمّ تكثيف الجهود الوطنية لتوفير مرافق البنية التحتية في جميع المناطق والمواقع السياحية في البتراء ووادي رم غيرها من المدن السياحة و الأثرية، و لم تأت الرعاية و الاهتمام بصناعة السياحة من فراغ ، و إنما استندت إلى دراسات و مسوحات سياحية تفصيلية ، و خطط و استراتيجيات شمولية بعيدة

المدى قامت بها مؤسسات و بيوت خبرة عالمية ،و على الرغم من الأوضـــاع الاســـتثنائية و الاضطرابات التي تمر بها المنطقة من حين لآخر، و تأثيراتها السلبية على معدلات النمـــو و توقعاتها ،إلا أنّ فرص الاستثمار السياحي شهدت هي الأخرى توســـعاً قياســـياً خاصـــةً فـــي مجالات الفنادق و الخدمات السياحية الرئيسية .[١٢٧]

١,٢,٣) مؤشرات النمو السياحي :

على الرغم من الطفرات التي ميّزت نمو الاقتصاد الأردني بشكل عام، و القطاع السياحي بشكل خاص، إلا أنّ الأرقام و المؤشرات السياحية للسنوات القليلة الماضية تعزز ما أُشير إليه من إيجابية النمو، فأعداد السياح زادت خلال أربع سنوات بشكل ملحوظ ، بدءاً من عام ١٩٩٤من ٨٥٨ ألف سائح إلى ١.١٢٨ مليون سائح عام ١٩٩٧ ، أي بزيادة مقدارها حوالي ٢٧٠ ألف سائح ، و بنسبة ٣٠% تقريباً. و هذا يعني أن معدل النمو السنوي خلال الأربع سنوات تلك كانت حوالي ٧.٥% . و تتميز السياحة الأردنية بأن نصف أسواقها عالمية من أمريكا و أوروبا ، و نصف أسواقها إقليمية من دول الخليج العربي . وبقي المعدل العام للنمو السياحي خلال السنوات التالية على درجة عالية من الإيجابية ، مما يشير إلى الإمكانات الواسعة و الفرص الكامنة في الأسواق الأردنية ، مما أدى إلى تزايد الطلب على المنتج الأردني، وقد بلغ عدد الاستثمارات السياحية لعام ٢٠٠٨ ما مقداره ٤بلايين دولار ، انصبت في مجال التطوير.و استطاع الأردن جذب ١٢ مليون سائح عام ٢٠١٠ وتحقيق إيرادات تصل إلى ١.٣ مليار دولار

٢,٢,٣) واقع السياحة و الاستثمارات السياحية في الأردن بعد الأزمة العالمية :

إن عام ٢٠٠٨ كان عاماً جيداً بالنسبة للسياحة ، أما بالنسبة لعام ٢٠٠٩ لم يكن القطاع السياحي مميزاً، و لكن أيضا لم يهبط إلى ما كان عليه خلال عام ٢٠٠٧، وهذا أمر ايجابي، ففي العام ٢٠٠٨ وصلت نسب النمو في القطاع السياحي المحلي إلى ١٤% وهي نسبة نمو عالية مقارنة بالدول الأخرى. فعلى سبيل المثال يقدم الحج المسيحي في الأردن فرصاً استثماريةً كثيرةً للقطاع السياحي الخاص بعد أن أدى القطاع الحكومي دوره من خلال تنظيم زيارة للفاتيكان، حيث تم مقابلة ممثلي المؤسسات الدينية والتي تؤمّن أعداداً كبيرة من السياح، وهنا يأتي دور القطاع الخاص في أن يكون لماحاً ويستغل تلك الفرصة من خلال عمل برامج واتفاقيات مع تلك المؤسسات. إذ أنّ وزارة السياحة تروّج للاستثمارات السياحية في حدود

---

[١٢٧] ـ الظاهر نعيم ، إلياس سراب ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، ص ١٧٧ ، ٢٠٠١ .

إمكانياتها، و هي ليست بحاجة إلى خطة حيث تتوافر لديها خريطة استثمارية سياحية تضم ١٧٦ مشروعاً صغيراً ومتوسطاً وكبيراً تتوزع على جميع المحافظات ، و قد قامت الوزارة بعمل دراسات جدوى مبدئية لهذه المشاريع، فالحكومة لا تبني المنتجعات والفنادق ، بل يقتصر دورها على توفير البنية التحتية، ومرحلة التطوير بحاجة إلى قطاع خاص لماح يقتنص الفرص . و لكن القطاع الحكومي مقصر في البنية التحتية للمواقع السياحية لأن إمكانات وزارة السياحة متواضعة تتراوح بين ١٣ و١٥ مليون دينار* ، ٥٠% من تلك الموازنة يذهب رواتب موظفين،وهيئة تنشيط السياحة موازنتها تتراوح بين ٧ و٩ ملايين دينار . وحصلت الهيئة في العام ٢٠١٠ على موازنة مقدارها ٩ ملايين دينار، و٤ ملايين دينار يضعها القطاع الخاص للترويج ،وبمقارنة موازنة الترويج لعام ٢٠١٠، في الأردن و التي تبلغ ١٣ مليون دينار، نجدها متواضعة جداً مقارنة بمصر التي تخصص موازنة مقدارها ١٠٠ مليون دينار للترويج، وتخصص تركيا٢٧مليون دينار للترويج ، فكيف استطاع القطاع السياحي في الأردن أن يكون منافساً لتلك الدول.[١٢٨]

٣,٢,٣) موقع الأردن في تقرير التنافسية السياحية العالمي:

أشار التقرير إلى أن الأردن قد حصل على المرتبة(٥٣) عالميًا من أصل ١٣٠ دولة مشاركة **لعام** ٢٠٠٨ بينما كان في المرتبة٤٦من أصل ١٢٤ دولة لعام ٢٠٠٧و الجدول يظهر ترتيب الأردن و مصر في تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة و السفر للعامين٢٠٠٧ و ٢٠٠٨ على التوالي، مع ترتيب بعض الدول العربية الأخرى :

جدول رقم (٣٢) يظهر ترتيب الأردن و مصر في تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة و السفر للعامين٢٠٠٧ و ٢٠٠٨

الدولة	٢٠٠٧	٢٠٠٨
قطر	١٢٤/٣٦	١٣٠/٣٧
تونس	١٢٤/٣٤	١٣٠/٣٩
الإمارات العربية	١٢٤/١٨	١٣٠/٤٠
البحرين	١٢٤/٤٧	١٣٠/٤٨

[١٢٨] -هيئة تنشيط الاستثمار،الأردن،٢٠١٠.

*-الدينار الأردني =٦٧,٣٣ليرة سورية

الأردن	١٢٤/٤٦	١٣٠/٥٣
مصر	١٢٤/٥٨	١٣٠/٦٦
المغرب	١٢٤/٥٧	١٣٠/٦٧
سوريا	١٢٤/٨٠	١٣٠/٧٨
الكويت	١٢٤/٦٧	١٣٠/٨٥

المصدر : تقرير التنافسية العالمي للسياحة والسفر لعام ٢٠٠٨

ولمعرفة أسباب هذا التراجع وإن كان طفيفاً نعرض ترتيب الأردن بالنسبة للمؤشرات الأساسية التي تم التقييم على أساسها :

جدول رقم (٣٣) يظهر ترتيب الأردن بالنسبة للمؤشرات الأساسية التي تم التقييم على أساسها :

المؤشر	٢٠٠٧	٢٠٠٨
التشريعات والقوانين	٢٩	٧٨
الاستدامة البيئية	-	٣٨
الأمن والسلامة	١٩	١٥
أولويات السياحة والسفر	١٧	١٦
البنية التحتية للتنقل الجوي	٦٧	٦٠
البيئة التحتية للنقل البري	٤٧	٦٥
بيئة السياحة التحتية	٤٩	٥٦
البيئة التحتية لتكنولوجيا	٧٢	٦٥
تنافسية الأسعار بقطاع السياحة	١٢	٣٧
الموارد البشرية	٦٣	٧٠

جذب السياحة والسفر	٣٤	٩
المصادر الطبيعية	٨٦	٨٧
المصادر الثقافية	٨٦	٩١

المصدر : إعداد الباحثة اعتماداً على تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة و السفر لعام ٢٠٠٨.

وفي الأعوام التالية احتلت الأردن المرتبة ٤٨من أصل ١٣٤ لعام ٢٠٠٩ و من ثم احتلت المرتبة ٥٠ من أصل ١٣٣ . و هكذا نلاحظ تأرجح الأردن بسبب تأرجح بعض المحاور و المؤشرات الأساسية التي يتم التقييم على أساسها

٤,٢,٣) أهمية السياحة الأردنية في الاقتصاد الأردني :

تتأتى من خلال مساهمة الدخل السياحي في الناتج القومي ، و ميزان المدفوعات الأردني ، و تشغيل الأيدي العاملة ، بالإضافة إلى الآثار الثقافية و الاجتماعية و الفكرية . و يتحدد الدخل السياحي بعدد من العوامل أهمها :

أعداد السياح ، و مدة الإقامة ، و جنسية السائح ، و الهدف من الزيارة ، و مستوى العرض السياحي لتلبية حاجات السواح لمختلف أنواع السياحة .

٥,٢,٣) الاستثمارات السياحية :

وصلت الجهود الوطنية الهادفة إلى تشجيع الاستثمارات و رؤوس الأموال في المشاريع السياحية و استقطابها إلى نتائج إيجابية ، فمنذ إصدار قانون تشجيع الاستثمار في نهاية ١٩٩٥ زادت أعداد جميع المشاريع و أحجام الاستثمار المختلفة المستفيدة من مزايا القانون .فخلال عام ١٩٩٦ وصل عدد المشاريع المستفيدة من القانون إلى ٢٥١ مشروعاً ، و بلغ حجم الاستثمار في هذه المشاريع ٣٤٨ مليون دينار. على الرغم من أنه تم تسجيل ١٨٤ مشروعاً في عام ١٩٩٧إلا أن حجم الاستثمار في هذه المشاريع ارتفع إلى ٣٧٩ مليون دينار . أي

بزيادة مقدارها ٩% تقريباً . و وصل عدد المشاريع خلال عام ١٩٩٨ إلى ٨٩ مشروعاً و بلغ حجم الاستثمار ١٦٩ مليون دينار[١٢٩] .

أما بالنسبة للمشاريع السياحية و خاصة الفنادق فقد شهدت أعدادها و أحجام استثماراتها زيادات جوهرية ، ففي عام ١٩٩٦ وصلت أعداد المشاريع الفندقية المستفيدة من الامتيازات و الحوافز الاستثمارية إلى ٣٩مشروعاً بحجم استثماري مقداره ٨٥ مليون دينار ، و شكلت الاستثمارات الفندقية ٢٤٥تقريباً من إجمالي الاستثمارات المستفيدة من قانون تشجيع الاستثمار. و على الرغم من أنه تم تسجيل ٣١مشروعاً فندقياً لعام ١٩٩٧ إلا أن حجم الاستثمار فيها ارتفع إلى ١٢٩ مليون دينار ، أي بزيادة مقدارها ٥٢% و خلال الأشهر السبعة الأولى من عام ١٩٩٨ بلغ عدد المشاريع سبعة ، و حجم استثماراتها ٥٩ مليون دينار شكلت ما نسبته ٣٥% من إجمالي الاستثمار خلال هذه الفترة .

و قد نشطت التسهيلات المصرفية من البنوك التجارية لدعم المشاريع السياحية ، كما أسهم بنك الإنماء الصناعي في توفير القروض الممكنة إلى المشاريع السياحية و خاصة الفندقية منها . حيث زادت التسهيلات المصرفية التجارية للقطاع السياحي من ٣٩ مليون دينار في عام ١٩٩٤ إلى ٧٠ مليون دينار في عام ١٩٩٧ . و يلاحظ أن الزيادات تمت بشكل تصاعدي، إذ ارتفعت إلى ٤٦ مليون دينار في عام ١٩٩٥ ، و إلى ٥٤ مليون دينار في عام ١٩٩٦ و هو عام الذروة بالنسبة لبنك الإنماء . بينما كانت ٥.٥ مليون دينار في عام ١٩٩٤ و سجل عام ١٩٩٧ قروضاً مقدارها ١١.٤ مليون دينار قدمها بنك الإنماء الصناعي للمشاريع السياحية .ومن المتوقع أن تستمر عمليات تدفق الاستثمار إلى المشاريع السياحية بأشكالها المختلفة مما يعني أنه مازالت هناك فرص واسعة للاستثمار في المشاريع السياحية و مع تحسن الأوضاع السياسية و علاقات الجوار و حصول تقدم واضح على مسارات السلام و تحقيق الاستقرار في المنطقة فإنه من المتوقع أن ينمو الطلب على سوق السياحة الأردنية بمعدل ٥-٦ % و هناك احتمالات تحقيق معدلات أكبر مع احتفالات العالم و المنطقة بانتهاء الألفية الثالثة مقدارها نصف مليون سائح . أي أنه ستحقق زيادة نسبتها ٥٠% عن الأعداد الحالية كما ستزيد المقبوضات من السياحة ٥٥٠ مليون دينار تقريباً إلى ما يزيد على ٧٠٠ مليون دينار مع مطلع الألفية الثالثة . و ستأتي الزيادات مصاحبة لزيادة عدد الليالي السياحية إلى ما فوق ٥.١ مليون ليلة سياحية خلال الفترة نفسها .و استجابة للنمو الجوهري المتوقع في حركة السياحة و زيادة الطلب على المنتج السياحي الأردني فإنه من المتوقع أيضاً استمرار تدفق الاستثمارات

[١٢٩] -هيئة تنشيط الاستثمار ، الأردن، ١٩٩٨

إلى المشاريع السياحية . كما أنه من المتوقع إقامة المزيد من المشاريع الفندقية و المنشآت السياحية في المناطق المختلفة من المملكة ."[١٣٠]

و تشير إحصائيات هيئة تنشيط السياحة الأردنية أن ٥٠ بالمئة من عدد السياح الذين يتوافدون إلى الأردن هم من العرب، وقد بلغ عددهم ٤،٨ مليون في عام ٢٠٠٨، و تعزو سبب هذه النسبة المرتفعة من السياح العرب، وطول مدة الإقامة التي تصل إلى ١٠ أيام، إلى تماثل وتشابه العادات والتقاليد بين العرب، وقصر المسافة قياساً بالبلدان الأجنبية، والمناخ المعتدل في فصل الصيف، فضلاً عن تنوع المنتج السياحي الأردني، وانخفاض مستوى أسعار الفنادق والخدمات الأخرى[١٣١].

٦,٢,٣) عوامل الجذب السياحي في الأردن :

- المناخ المعتدل صيفاً و الماطر شتاء، و الجو الصافي في معظم أيام السنة .
- المظاهر التضاريسية : حيث يحتوي الأردن على تنوع تضاريسي نادر فهو يجمع بين الجبال و الهول و الأودية و البادية ، و لكل منها نمط سياحي محبب و مختلف عن الآخر.
- المياه المعدنية الحارة التي تستخدم علاجاً طبيعياً للأمراض الجلدية و آلام المفاصل و الالتهابات و غيرها . كما أن مياه البحر الميت فريدة من نوعها في العالم ، و هي علاج لمعظم الأمراض الجلدية و العظام و المفاصل .
- الموقع الجغرافي و يشمل : المقومات الطبيعية ، المناخ ، الغابات الطبيعية و خليج العقبة ، ينابيع المياه المعدنية ، الصحراء الأردنية .
- المقومات التاريخية و الأثرية و الدينية .
- المقومات الاجتماعية : الشعب الأردني مسالم و محب للغير و ودود كريم ومضياف .
- عوامل الأمن و الاستقرار التي يتمتع بها الأردن تعطيه ميزة كأفضل مكان آمن للسياحة.

[١٣٠] ـ الظاهر، نعيم ، الياس ، سراب ، مرجع سبق ذكره، ص ١٨٣ـ ١٨٦.
[١٣١] هيئة تنشيط الاستثمار الأردنية ،تقرير ٢٠٠٨

- المقومات الحديثة : كالفنادق و الاستراحات وطرق النقل الحديثة البرية و البحرية و الجوية[١٣٢].

٧,٢,٣) التسهيلات السياحية :

تقدم الدولة الأردنية التسهيلات اللازمة لخدمة السائح و منها :

١. الخدمات السياحية و تشمل : الأدلاء السياحيين و الفنادق و المطاعم و مكاتب السياحة و متاجر التحف .

٢. دور الملكية الأردنية الهاشمية من حيث هي وسيط نقل جوي نشط و لها اتصالات مع معظم دول العالم . حيث تعود تجارب استعمال الطائرات لنقل المسافرين من الأردن و إليه إلى بدايات النصف الثاني من هذا القرن . و لكن التجارب الأولى لم تكن من الصلابة و القدرة الكافية لخلق صناعة طيران مدني منتظم و مستمر . حتى أن عدد المسافرين سنة ١٩٥١ لم يتجاوز ال٦٠ و كان على سجل الطيران المدني في الأردن أن ينتظر حتى أواخر عام ١٩٦٣ لكي يسجل المحاولة الجديدة القادرة على الاستمرار ، و ذلك بمولد عالية شركة مساهمة عامة في ١٥ كانون ١٩٦٣ و كان على الشركة أن تضع نصب أعينها التحديات العالمية و المحلية الناجمة عن وجود صناعة نقل جوي متطورة و حديثة في العالم . و في مجال تطوير استعملت طائرات البوينغ ٧٠٧ التي اعتبرت في وقتها خطوة مهمة في سبيل التحديث ، و قد وصل عدد الطائرات من هذا النوع إلى ثمان .ومن ثم أدخلت طائرة البوينغ ٧٢٧و الطائرات الضخمة البوينغ ٧٤٧ تباعاً إلى أسطول المؤسسة . و لحقها طائرات "الترايستار" ذات الجسم العريض ثم طائرات " الإيرباص " و يشكل النوعان لأخيران السمة العامة لأسطول عالية . لم تهتم عالية بتحديث الأسطول فقط و لكنها بذلت جهودها نحو الأكمل في جميع المجالات حتى أنها أصبحت الآن المؤسسة القدوة و النموذج الحي للطموحات الأردنية في بقية المجالات بعد أن لبست زيها الجديد و سميت الملكية الأردنية .

٣. البنية التحتية كالطرق المعبدة و توفر المياه و المجاري و الكهرباء و الهاتف و الانترنت و غيرها .

٤. الأنظمة و إجراءات الدخول :

---
١٣٢ ـ الظاهر ، نعيم ، إلياس ، سراب ، مرجع سبق ذكره ، ص ١٨٨.

- التأشيرات و سمات الدخول تمنح للراغبين بزيارة الأردن من السفارات الأردنية في الخارج و من مراكز الحدود ، و لا يحتاج الرعايا العرب إلى تأشيرات .
- الإجراءات الجمركية ليست معقدة و يسمح بإدخال جميع الأمتعة الشخصية و مائتي سيجارة و زجاجة من المشروبات و آلة تصوير بدون رسوم جمركية.
- الإجراءات الصحية بهدف الحفاظ على صحة السائح
- الإجراءات النقدية : تتم بسهولة و بأي شكل من أشكال التحويل النقدي .
- الإجراءات المتعلقة بالسيارات : ويسمح للزائر بإدخال سيارته على أن تحمل دفتر مرور دولي أو رخصة السيارة و إثبات ملكيتها و تمنح إقامة في البلاد لمدة ٣ شهور قابلة للتجديد .

٨,٢,٣) ميزات السياحة في الأردن و خصائصها :

١- إنها سياحة متنوعة فهي سياحة ترفيهية ، سياحة مؤتمرات ، سياحة علاجية ، سياح اقتصادية ، و سياحة رياضية و سياحة دينية .

٢- تتوزع آثار الأردن في كافة أرجائه و تحتوي على العديد من الحضارات مثل اليونانية و الرومانية و النبطية و العربية و الإسلامية .

٣- آثار هذه الحضارات لا تزال ماثلة حتى يومنا هذا و بشكل جيد .

٤- يمكن مشاهدة هذه الآثار من خلال الموقع الواحد ، ففي جرش نشاهد آثار اليونان و الرومان .

٥- هناك مواقع أثرية فريدة من نوعها تستهوي السياح مثل البتراء .

٦- تستهوي الصحراء الأردنية و خاصة في رم السياح الأوربيين .

٧- يعتبر البحر الميت من المناطق الفريدة في العالم فهو يمثل أخفض نقطة على سطح الأرض و هو بمثابة منطقة علاجية مهمة .

٨- تعتبر العقبة مهوى أفئدة هواة الغوص المائي باعتبارها بيئة بكراً مليئة بالكائنات البحرية

٩- تقدم الدولة التسهيلات الكثيرة للسياح الراغبين في زيارة الأردن .

٩- الأمن و الاستقرار الذي يتمتع بهما الأردن يجعل السياح يطمئنون على سلامتهم .

١٠- توفر مراكز الإيواء و الخدمات اللازمة و التي يحتاج إليها السياح .

١١- يوفر قطاع السياحة دخلاً مناسباً وأرباحاً اقتصادية للمستثمرين في قطاع السياحة .

١٢- سهولة الوصول إلى الأردن و على مدار العام براً و بحراً و جواً .

١٣- الأردنيون شعب مسافر حيث أنه من بين كل ١٠٠٠ أردني يسافر ٣٦٠، و إذا عرفتم أن المعدل العادي للسفر قرابة ٩٠ لكل ١٠٠٠ أدركتم أن عدد الأردنيين يعادل أربعة أضعاف

المتوسط العالمي (حسب تقديرات و دراسات المعهد الدولي للنقل بباريس) . و هذا يعني أن الشعب الأردني يحترم السائح و يتعامل معه بروح حضارية كونه نفسه سائحاً .

٩,٢,٣) التوقعات السياحية في الأردن :

تتوقع وزارة السياحة و هيئة تنشيط السياحة في الأردن ، تطر حركة السياحة ، واستقطاب أعداد أكبر من السياح الدوليين ، و تشجيع السياحة الإقليمية و تحفيز الاستثمار المشترك في المشاريع السياحية و المشاريع المرتبطة بها .

و من الواضح أن القطاع الخاص في الأردن قد وجّه استثمارات كبيرة خلال الأعوام ٢٠٠٩-٢٠١٠، للاستثمار في الأنشطة السياحية و خاصة الفنادق و المطاعم و النقل السياحي . و تتركز أغلب تلك الاستثمارات و الأنشطة في موقع البتراء و عمان وشاطئ البحر الميت و إلى حد ما في العقبة .كما تعمل الحكومة الأردنية على إعادة النظر في أنظمة السياحة بما في ذلك التدريب و الترويج و بناء البنية التحتية السياحية و غير ذلك .

الخلاصة : إن التجربة السياحية الأردنية غنية جداً بالموروث الثقافي و التراثي، لغنى أرض الأردن بالثروات و الآثار السياحية،لهذا كان لابد من ذكرها بالإضافة إلى كونها تقدم نموذجاً عن الدول العربية الغنية بالإمكانات السياحية و لكن لم تحسن استثمارها بشكل جيد، و كسب وتشجيع المستثمرين العرب للاستثمار فيها ، على الرغم من شهرة الأردن ، و لكن كما ذكر في البحث سياسات الترويج في الأردن مازالت ضعيفة مقارنة بالدول الأخرى ، علماً أن القطاع الخاص يساهم في دعم موازنة الترويج

ولكي يستفيد الاقتصاد الأردني من تزايد النشاط السياحي في المنطقة في المرحلة المقبلة ، عليه أن ينفذ إستراتيجية لتنمية القطاع السياحي تشمل الجوانب التالية :

١ - تدعيم قدرة الإدارة السياحية .

٢ - تنمية القوى البشرية العاملة في قطاع السياحة .

٣ - زيادة الاستثمار في المشاريع السياحية و البنية التحتية اللازمة لها .

جامعة تشرين

كلية الاقتصاد

قسم الاقتصاد والتخطيط

قائمة استقصاء

/ دراسة ميدانية /

إعداد بشرى قاسم

إشراف

د.سلمان عثمان

أستاذ مساعد في قسم الاقتصاد والتخطيط

كلية الاقتصاد-جامعة تشرين

الأستاذ المحترم:

إن الهدف من مسيرة التطوير والتحديث التي تعيشها سورية الآن هو ليس فقط جذب الاستثمارات المحلية، وإنما هو استقطاب الاستثمارات العربية والأجنبية أيضاً. وتبرز أهمية الاستثمار السياحي بوصفه أحد ركائز الاقتصاد الوطني.

وتقوم الباحثة في الاستبيان بعرض البنود المتعلقة عوامل جذب الاستثمار السياحي في سوريا. وبعض العوامل المعيقة للاستثمار، حتى تتمكن من تحديد نقاط الضعف التي تؤثر سلباً في اتخاذ قرار الاستثمار السياحي في سوريا.

وتتقدم الباحثة بالشكر والتقدير لتعاونكم الصادق لملء هذا الاستبيان، وتعدكم بالسرية التامة لأن غرضها هو البحث العلمي.

مع وافر الاحترام والتقدير

الباحثة

أولاً :استبيان موجه للمستثمرين العرب

القسم الأول: بيانات شخصية

حدد ما هو المؤهل العلمي:

١-دكتوراه

٢-ماجستير

٣- دبلوم

٤-إجازة

حدد ما هي طبيعة لمنشأة التي أنشأتها أو ترغب في إنشائها:

١-منشأة فندقية

٢-مطاعم

٣-مول أو منشآت تجارية

٤-مدن سياحية متكاملة

٥-حدائق أو مدن ألعاب أو ...

حدد ما هي سنوات الخبرة المهنية لك في قطاع السياحة:

١-أكثر من ١٠ سنوات

٢-من ٥ حتى ١٠ سنوات

٣-أقل من خمس سنوات

حدد ما هو عدد العمال والموظفين الذين ستستخدمهم في منشأتك

١-أقل من ٢٥.

القسم الثاني:

ما هو برأيك مدى تأثير كل من العوامل التالية على اتخاذ قرار الاستثمار:

البيـــان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة
١. نقاء البيئة من التلوث في المناطق الطبيعية لقلة الاستثمارات فيها					
٢. الطبيعة (جبل، بحر، غابات، صحراء...)					
٣. الأمان والاستقرار الذي تتميز به سوريا					
٤. الشعب الودود والترحيب بالسياح وعدم استغلالهم					
٥. البنية التحتية في سوريا (مطارات ونقل وطرق وصرف صحي)					
٦. تهيئة مناطق الاستثمار السياحي بخدمات البنية التحتية					
٧. القانون رقم (١٠) المعدل					
٨. الرسوم الإدارية والمعاملات المصرفية					
٩. الاهتمام الحكومي بالمشاريع المطروحة للاستثمار السياحي					
١٠. سهولة إجراءات الحصول على التراخيص، عمليات التأسيس					
١١. حسن تنظيم حيازة الأراضي الموظفة للمشاريع السياحية					
١٢. تفكر في تطوير استثمارك في سوريا					

القسم الثالث:

ما هو برأيك مدى تأثير كل من العوامل المعيقة على الاستثمار السياحي في سوريا:

البيـــان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة
١. البيروقراطية وصعوبة الحصول على التراخيص					
٢. الخلل بين الجودة والأسعار في الخدمات المقدمة إلى المنشآت السياحية .					
٣. تعتبر التسهيلات التي تقدمها وزارة السياحة في سوريا لتشجيع المستثمر كافية ومناسبة					
٤. مشكلة التمويل المصرفي للمشروعات السياحية في سوريا					
٥. تضطر لممارسة أساليب غير مشروعة كتقديم الرشاوى والإكراميات.					
٦. عدم توفر المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين					
٧. يخدم الاعلام في سوريا الاستثمار السياحي بشكل صحيح؟					
٨. تفكر في العزوف عن الاستثمار أو بيع استثمارك					

القسم الرابع:

<u>بعض المقترحات لتحسين واقع الاستثمار السياحي العربي في سوريا</u>

البيـــان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة
١. إنشاء بنوك خاصة بالاستثمار السياحي أو فروع لبعض البنوك.					
٢. دعوة المغتربين للعودة إلى الاستثمار في وطنهم العربي					
٣. توحيد المواصفات والمعايير بالمنشآت الفندقية والمطاعم السياحية والسفر والاستفادة من المعايير الدولية					
٤. إلغاء التأشيرة المسبقة بين الدول العربية					
٥. تقليل الرسوم الإدارية، وتوفير المعلومات المتعلقة بالتشريعات والقوانين وإجراءات الضمان والتأمين					
٦. إنشاء صندوق استثمار يدعم المشروعات السياحية					
٧. إنشاء مصرف موجها للاستثمارات السياحية العربية، يقدم خدماته التمويلية والاستثمارية في قطاع السياحة العربي .					
٨. منح تسهيلات لكل وسائل النقل بين الدول العربية					
٩. تفعيل دور منظمة السياحة العربية في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق التكامل السياحي.					
١٠. تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، وضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة .					
١١. تطبيق سياسة السماوات المفتوحة بين حركة الطيران العربي.					
١٢. بدء تجربة الطيران المنخفض الكلفة في الوطن العربي.					
١٣. إنشاء قاعدة بيانات وتزويدها بالإحصائيات السياحية العربية البينية وتحديثها بانتظام					
١٤. إنشاء مصرف موجها للاستثمارات السياحية العربية، يقدم خدماته التمويلية والاستثمارية في قطاع السياحة العربي يحفز على الاستثمار					

١٥.	تحقيق التكامل بين الدول العربية في القطاع السياحي، ووضع برامج مشتركة لتسويق عدد من الدول العربية المتجاورة.					
١٦.	ضرورة تفعيل دور منظمة السياحة العربية في مجال التنسيق بين الدول العربية لتحقيق نوع من التكامل السياحي لجذب الاستثمارات.					
١٧.	إنشاء حقائب سياحية متكاملة في كافة الدول العربية (تذاكر النقل، ومكان الإقامة، والتنقلات، وزيارة المعالم السياحية والتسويقية) ضمن برامج سياحية متكاملة وبأسعار منافسة					
١٨.	اعتماد الأيزو السياحي العالمي منطلقاً للجودة والمواصفات					

ثانياً :

<u>أسئلة إستبيان موجه لهيئة الاستثمار ووزارة السياحة ..</u>

البيـــان	غير مؤيد بشدة	غير مؤيد	محايد	مؤيد	مؤيد بشدة
١. الاستثمارات السياحية تدر ربحاً وفيراً وسريعاً ويفضلها المستثمرين على الاستثمارات الصناعية.					
٢. الاستثمارات العربية السياحية العملاقة تؤدي إلى منافسة الاستثمارات السياحية المحلية الصغيرة، وهي في مركز تنافسي، ضعيف، مما قد ينتج عنه كساد، أو انهيار المشاريع الوطنية الناشئة، أو الصغيرة الحجم.					
٣. تأثرت الاستثمارات السياحية العربية البينية بالأزمة الاقتصادية العالمية؟					
٤. تجذب العاصمة الاستثمارات لسهولة إجراءات الحصول على التراخيص، والمناخ الملائم، والبعد التاريخي، إضافة إلى وجود معالم سياحية جاذبة، وتوفر البنى التحتية المتكاملة، وتنوع الأنماط السياحية.					
٥. تحسن في الإجراءات الإدارية اللازمة لإقامة المشروعات صاحب أساليب الترويج لمشروعات جاذبة للاستثمار .					
٦. تحقق ملتقيات أسواق الاستثمار التي تقيمها وزارة السياحة في سوريا أهدافها من جذب المستثمرين المشاريع الاستثمارية السياحية الجاهزة كما هو مخطط له ؟					
٧. تركز الاستثمارات السياحية في العاصمة وبعض المدن الكبرى في سوريا ساهم في مشاكل التلوث والازدحام.					
٨. تسهم الاستثمارات السياحة البينية العربية في زيادة فرص العمل في العالم العربي.					
٩. تؤدي الاستثمارات السياحية العربية إلى حصول الدولة المضيفة علي إيرادات جديدة، في صورة ضرائب جمركية، وضرائب على الأرباح، تزيد من إمكاناتها على الإنفاق.					
١٠. تؤدي الاستثمارات السياحية إلى تفاقم تلوث البيئة، من خلال توطنها في مناطق جبلية ساحلية وعدم تقيدها بالضوابط البيئية.					
١١. توظيف المعالم الأثرية التاريخية في مجال الاستثمار السياحي بما يحقق التنمية السياحية المتكاملة					

					١٢. خلق دخول جديدة لبعض الفئات الأخرى، مقابل استخدام خدمات معينة، مثل استئجار أراضي، أو مباني، أو غيرها من الخدمات التي تؤدي بشكل مباشر أو غير مباشر إلى مزيد من التنمية في المناطق النائية.
					١٣. عدم دخول رؤوس الأموال السياحية في مشاريع ذات تكاليف كبيرة مثل منتجعات التزلج أو التلفريك أو المدن السياحية المتكاملة ...
					١٤. على التنمية البشرية المستدامة في القطاع السياحي لما من شأنه إيجاد توازن فعال ما بين التنمية البشرية والتنمية الاقتصادية بما يلبي احتياجات مشاريع التنمية السياحية من القدرات والمهارات لتقديم خدمات في مستوى الجودة العالمية
					١٥. قيام مشاريع استثمارية سياحية دائماً من شأنه خلق دخول جديدة وفرص عمل.
					١٦. للملتقيات الاستثمارية السياحية العربية التي تقيمها الدول العربية دور في تنشيط السياحة البينية ؟
					١٧. يعد الاستثمار في القطاع السياحي عامل لتحسين ميزان المدفوعات عن طريق جلب رؤوس الأموال والتكنولوجيا
					١٨. يؤثر الاستثمار السياحي في مجال النقل البري على تنشيط السياحة العربية البينية.

Abstract

Although Arabic countries in general, and Syria in particular, have great touristic capabilities (natural, religious, demographic, etc...) and encouraging elements of investment, there is a deficiency (till now) in taking care of the Arabic tourism sector to become effective and influential in the universal development processes, and the volume of investment in tourism sector is still weak in spite of the efforts of some Arabic countries, including Syria. The availability of infrastructure and the human and natural resources is not enough to attract the touristic investments and encourage them in Arabic countries, unless it is accompanied by a will and serious interest in facilitating and attracting investments, and put plans from the officials in touristic sector. And due to the importance of tourism and its role in forming and increasing the local and Arabic total income, it was necessary to study the causes of deficiency and delay in Arabs developing this industry to follow up the international tourism by understanding the touristic situation in Arabic countries and show the available touristic abilities between attraction and retardation factors and the refusal of western tourism of Arabs after ١١/٩ /٢٠٠١ events, and the problems of terrorism and Israeli aggression against Lebanon and the pressures on Arabic deposits in foreign banks, by studying restraints of touristic investments, and put forward suggestions to overcome them and improve investments, by studying a sample of touristic investments in Syria, and induce the future of Syrian touristic investments from the main available touristic features and the human resources and develop them to serve the touristic plan.

Syrian Arab Republic
Ministry of Higher Education
Tishreen University
Faculty of Economy
Economy and Planning Department



Intra-Regional Arabic Tourism Investments Its Current Situation and Future Prospects

A Thesis to get MA Degree in Economy and Planning

Prepared by Bushra Adel Kasem

Supervised by
Dr. Salman Othman
Associate Prof. in Faculty of Economy

Lattakia ٢٠١٠/ ٢٠١١